



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Centro de Excelência em Turismo
Graduação de Nível Superior em Turismo

**ESTUDO SOBRE AS CONTRIBUIÇÕES DO TURISMO PARA
GRUPOS DE ARTESÃOS DO DISTRITO FEDERAL**

KETLEY RODRIGUES LOPES

ORIENTADOR: Prof. Dr. João Paulo Faria Tasso

Brasília – 2017

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Centro de Excelência em Turismo
Graduação de Nível Superior em Turismo

ESTUDO SOBRE AS CONTRIBUIÇÕES DO TURISMO PARA
GRUPOS DE ARTESÃOS DO DISTRITO FEDERAL

KETLEY RODRIGUES LOPES

ORIENTADOR: Prof. Dr. João Paulo Faria Tasso

Monografia apresentada ao Centro de Excelência em Turismo – CET, da Universidade de Brasília – UnB, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Brasília – 2017

LOPES, Ketley Rodrigues.

ESTUDO SOBRE AS CONTRIBUIÇÕES DO TURISMO PARA GRUPOS DE ARTESÃOS DO DISTRITO FEDERAL. f. 76.

Monografia – Universidade de Brasília, Centro de Excelência em Turismo, 2017.

Orientador: Prof. Dr. João Paulo Faria Tasso

1. Turismo. Economia solidária. 2.Comércio justo, ético e solidário. 3. Artesanato. 4. Taguatinga-DF.

CDU

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Centro de Excelência em Turismo
Graduação de Nível Superior em Turismo

Monografia apresentada ao Centro de Excelência em Turismo – CET, da Universidade de Brasília – UnB, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

ESTUDO SOBRE AS CONTRIBUIÇÕES DO TURISMO PARA
GRUPOS DE ARTESÃOS DO DISTRITO FEDERAL

KETLEY RODRIGUES LOPES

Aprovado por:

Orientador: Prof. Dr. João Paulo Faria Tasso (CET/UnB)

Banca Examinadora: Profa. Dra. Iara Lúcia Gomes Brasileiro

Banca Examinadora: Prof. Dr. Mozart Fazito Rezende Filho

Brasília, 04 de novembro de 2017

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, pois, sem ele, não teria capacidade de chegar onde estou. Por me dar forças, todos os dias, para lutar pelos meus objetivos.

A minha família, pelo apoio incondicional. Minha mãe, que nunca deixou que eu desistisse, mesmo nos momentos mais difíceis sempre me confortava com suas palavras e seu ânimo. Meus irmãos, Pedro Vinicius e Maria Luiza, que mesmo longes, nunca deixaram de me dar apoio. Ao meu pai, Israel, pelos ensinamentos que me passou, mesmo que durante pouco tempo que esteve presente em minha vida, é meu exemplo de humildade e generosidade.

Aos meus amigos, que me ajudaram a enfrentar essa jornada. Grupo EBS (Laís, Taylane, João, Gabryelle, Brenda, Lays, Layara, Pedro e Aline) que, ao longo desses cinco anos, me fizeram perceber que somos uma grande família. Obrigada por todas as risadas, palavras de carinho nas horas complicadas, e todas as confraternizações realizadas.

Ao meu orientador João Paulo, por todos os ensinamentos, encorajamentos, paciência e apoio. Sem as suas palavras de conforto eu não teria conseguido. Foram anos sendo o melhor professor e, tenho certeza, fiz a melhor escolha quando o pedi para ser o meu orientador.

A Universidade de Brasília, por me proporcionar os melhores cinco anos da minha vida. Fiz descobertas, amadureci como pessoa e como pesquisadora, além de ter aproveitado cada instante desses anos.

RESUMO

Este trabalho consistiu no estudo sobre as contribuições do Turismo para grupos de artesanato do DF. O estudo se deu no Distrito Federal (DF), mais especificamente na Região Administrativa de Taguatinga, por se tratar de uma região que vem crescendo economicamente, e por possuir uma rica diversidade cultural, principalmente quando se trata de grupos cooperativos e associativos. O artesanato é um instrumento importante de geração de renda para vários grupos familiares, além de ser um elemento de forte expressão cultural para o turismo. Ainda que se observe a notória relevância econômica e de manifestação cultural, a relação entre o artesanato e o turismo apresenta problemas, principalmente em relação à comercialização. As perguntas norteadoras desta pesquisa foram: O turismo tem contribuído efetivamente com os grupos de artesãos do DF? Em que medida? O objetivo geral da pesquisa foi analisar as contribuições do turismo para grupos de artesãos no DF. Para responder tal objetivo, foi adotada uma metodologia dividida em três etapas: I - levantamento bibliográfico e documental, com a finalidade de construir a discussão teórica e a contextualização do local de estudo; II - realização de entrevistas semiestruturadas com gestores públicos e grupos de artesãos do DF, e; III- sistematização, tabulação e análise dos dados coletados. Os resultados obtidos mostraram que o turismo tem contribuído socioeconomicamente com artesãos do DF, contudo, ainda há diversas limitações que impedem que os mesmos consigam se inserir competitivamente no mercado. Ademais, os princípios da economia solidária estão presentes em grande parte das associações de artesanato.

Palavras-chave: Turismo. Economia solidária. Comércio justo, ético e solidário. Artesanato. Taguatinga-DF.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Renda, pobreza e desigualdade- Brasília.....	29
Tabela 2: População ocupada segundo o setor de atividade remunerada.....	44

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Mapa do DF	28
Figura 2: Bancas de artesanato na Catedral.....	32
Figura 3: Logo da 11º Finnar	33
Figura 4: Logo da Feira do Artesanato Mundial	33
Figura 5: Salão do Artesanato	34
Figura 6: Expoartesanato QLINDO	36
Figura 7: Barraca montada no espaço da Antiga Feira da Torre.....	40
Figura 8: Feira da Torre de TV atual.....	41
Figura 9: Mapa do Brasil.....	43
Figura 10: Mapa de Taguatinga	43
Figura 11: Mercado Sul.....	46
Figura 12: Produtos artesanais	47
Figura 13: Peças artesanais fixados no SEBRAE.	53

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Posições na Ocupação	30
Quadro 2: Valor do PIB no Distrito Federal	31
Quadro 3: Numero de artesãos cadastrados	35
Quadro 4: Associações de artesanato do DF	36
Quadro 5: Dificuldades no Setor de Artesanato	38
Quadro 6: Número de habitantes de Taguatinga	44
Quadro 7: Associações que compõem a loja “Brasília Criativa”	49
Quadro 8: Entrevistas realizadas, 2017	54
Quadro 9: Categoria de entrevistas	56
Quadro 10: Ações promovidas pelo poder público.	57
Quadro 11: Aspecto socioeconômico.....	58
Quadro 12: Dificuldades enfrentadas pelos artesãos.....	59
Quadro 13: Desenvolvimento do artesanato no DF	61
Quadro 14: Forma de comercialização.....	62

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Ensina as técnicas artesanais que utiliza	14
Gráfico 2: IFDM e suas áreas de desenvolvimento avaliados na evolução anual entre 2005 e 2013 de Brasília.....	29
Gráfico 3: Produtos mais vendidos no DF	37
Gráfico 4: Classificação por técnica.....	39
Gráfico 5: Perfil dos artesãos por sexo.....	40

LISTA DE ABREVIACÕES E SIGLAS

AAT - Associação dos Artesãos de Taguatinga

FAM - Feira do Artesanato Mundial

FINNAR - Feira Internacional de Negócios do Artesanato

IFDM - Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal

OMT - Organização Nacional do Turismo

PAB - Programa Nacional do Artesão

PDAD - Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílio

PIA - População com idade ativa

PIB - Produto Interno Bruto

PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

RA - Regiões Administrativas

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SENAE - Secretaria Nacional de Economia Solidária

SETUL - Secretaria de Estado de Esporte, Turismo e Lazer

SMPE - Secretaria da Micro e Pequena Empresa

SUMÁRIO

LISTA DE TABELAS	6
LISTA DE FIGURAS	7
LISTA DE QUADROS	8
LISTA DE GRÁFICOS	9
LISTA DE ABREVIACÕES E SIGLAS	10
INTRODUÇÃO	13
CAPÍTULO 1- Economia solidária e Turismo	17
1.1. Economia Clássica	17
1.2. Economia Solidária e Cooperativismo Popular	18
1.3. Turismo, economia solidária e artesanato	22
1.4. Comércio justo, ético e solidário	25
CAPÍTULO 2- Distrito Federal, Turismo e artesanato	27
2.1. Aspectos Demográficos, Socioeconômicos e Índices de Desenvolvimento do DF	27
2.2. Atrativos Turísticos do DF	31
2.3. Artesanato no DF	34
2.3.1. Tipologias de Artesanato	38
2.3.2. Perfil do Artesão	39
2.3.3. Feira da Torre de Televisão	40
2.4. RA III: Taguatinga	42
2.4.1. Mercado Sul	45
2.4.2. Bordadeiras de Taguatinga Flor do Ipê	46
2.4.3. Loja Brasília Criativa	47
CAPÍTULO 3 – METODOLOGIA	51
3.1. Pré-campo	51
3.2. Campo	53
3.3. Pós-Campo	54
CAPÍTULO 4- ANÁLISE DOS RESULTADOS	56
4.1. Ações promovidas pelo poder público e privado	56
4.2. Aspecto socioeconômico	58
4.3. Dificuldades enfrentadas pelos artesãos	59
4.4. Desenvolvimento do artesanato	60
4.5. Comercialização dos produtos artesanais	62
CONSIDERAÇÕES FINAIS	64

REFERÊNCIAS	68
APÊNDICES	73

INTRODUÇÃO

Para a elaboração de uma pesquisa científica que tenha como elemento central a relação entre artesanato e turismo, faz-se necessária a compreensão clara sobre os diversos entendimentos quanto ao artesanato e suas tipologias, para que se permita uma análise concreta de sua interligação com o turismo, desde o surgimento de suas manifestações até a atualidade.

O artesanato pode ser entendido como o modo de fazer coisas com as mãos, utilizando matéria prima bruta ou manufaturada, para transformar em um produto acabado (OBSERVATÓRIO DO TURISMO, 2015). O artesanato tradicional, aquele que confere um valor cultural mais expressivo, é um conjunto de artefatos de um determinado grupo, representando suas tradições, sendo parte dos usos e costumes inseridos na vida cotidiana (LIMA, 2007).

O artesanato é uma das ferramentas fundamentais para o turismo, pois faz parte dos hábitos, dos valores, dos costumes e da tradição da comunidade local (artesãos). Todavia, tais aspectos podem acabar sendo desconstruídos, ao ponto em que associações e cooperativas de artesãos massificam e homogeneízam as suas produções, na busca por uma adaptação à realidade do mercado turístico. Modificam suas práticas culturais no intuito de comercializar os seus produtos de acordo com as exigências dos clientes, que muitas vezes são turistas (CUNHA, 2012).

Este trabalho consiste, então, no estudo sobre as contribuições do turismo para grupos de artesãos do DF. O tema central da pesquisa está concentrado nas discussões sobre economia solidária e turismo. O estudo se deu na Região Administrativa de Taguatinga, localizada a cerca de 20 quilômetros de Brasília, e que conta com 222.598 habitantes (PDAD, 2016).

Os espaços de manifestação cultural nos quais o artesanato se faz presente, seja por meio de oficinas e confecções, entre outros, encontrados na cidade, estão localizados principalmente no “Mercadão Sul” e no “Ponto de Cultura Invenção Brasileira”. Tratam-se de espaços com indústria moderna e comércio variado, no qual o artesanato é comercializado. Taguatinga possui diversas associações, dentre elas, a Associação dos Artesãos de Taguatinga (AAT) que, atualmente, conta com 1200

associados, porém, apenas 200 deles trabalham com artesanato (DIAGNÓSTICO - SETOR DE ARTESANATO DO DISTRITO FEDERAL, 2005).

O artesanato pode ser considerado um elemento importante na geração de renda para as famílias que trabalham nas cooperativas e associações. Em uma pesquisa realizada pelo SEBRAE, em 2005, foi constatado que cerca de 64% dos artesãos do Distrito Federal têm como principal renda a venda dos artesanatos. A mesma pesquisa mostrou que o mês de dezembro é o período de maior dinamismo nas vendas, em sua grande parcela para todo o DF.

Trata-se, então, de um forte produto de comercialização no turismo, pois apresenta características intrínsecas da cultura existente de um lugar. A valorização das identidades culturais e autonomias dos grupos, o respeito às técnicas e saberes tradicionais, estão presentes nesses espaços em Taguatinga. Na maioria das vezes, o conhecimento da técnica é passado dos artesãos mais velhos para os artesãos mais novos. A referida pesquisa realizada pelo SEBRAE mostrou que 70% dos artesãos do DF entrevistados ensinam e repassam seus conhecimentos a outras pessoas (DIAGNÓSTICO – SETOR DE ARTESANATO DO DISTRITO FEDERAL, 2005). Ver **Gráfico 1**.

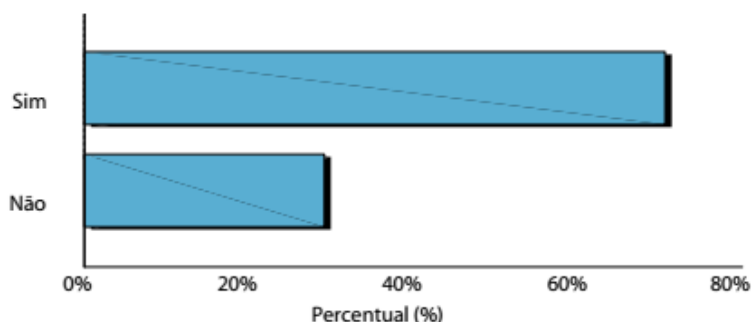


Gráfico 1: Ensina as técnicas artesanais que utiliza

Fonte: Diagnóstico - Setor de Artesanato do DF. SEBRAE, 2005.

Os produtos mais ofertados no Distrito Federal são móveis, almofadas, bolsas, panos de pratos, roupas, bordados, cestas, dentre outros. Percebe-se, também a partir da pesquisa supracitada, que os produtos artesanais são relevantes para o comércio local.

Entretanto, há diversas dificuldades enfrentadas pelos artesãos da região. Vale destacar, dentre outras, a escassez de recursos, a falta de espaço e de mecanismos de escoamento do produto (ANUÁRIO DO DF, 2011), causando, também, problemas recorrentes com atravessadores. A grande maioria dos artesãos expõe e vende seus

produtos em feiras eventuais. Outra grande parte não tem local específico para vendas, o que prejudica o atingimento da autossuficiência com a atividade produtiva (SEBRAE, 2005).

Outra questão é a falta de estoque de produtos, dado que não há mão de obra suficiente para o aumento da produção, pois a peça artesanal é produzida manualmente uma por vez. No período das vendas ou períodos que os artesãos ficam indisponíveis, a produção fica interrompida, acarretando na falta de estoque.

Problemas quanto a falta de divulgação também são recorrentes nesse meio. A ausência de transporte, de boa infraestrutura de suporte produtivo, de espaços para exposição, e de aquisição de matéria prima, foi destacado também na pesquisa realizada pelo SEBRAE (2005).

Pensando no Turismo como uma ferramenta transformadora, como um agente de resgate da tradição local, a pesquisa foi orientada a partir das seguintes perguntas norteadoras: O turismo tem contribuído efetivamente com os grupos de artesãos do Distrito Federal? Em que medida?

Este trabalho teve como objetivo geral analisar as contribuições do turismo para grupos de artesãos no Distrito Federal. O objetivo geral foi subdividido em quatro objetivos específicos:

- Levantar e discutir o aporte teórico sobre os temas centrais da pesquisa, dentre eles economia solidária e turismo;
- Contextualizar multidimensionalmente a Região do Distrito Federal, e em específico, a Região de Taguatinga;
- Identificar os principais desafios enfrentados pelos grupos de artesãos de Taguatinga no processo de comercialização de seus produtos no turismo;
- Refletir criticamente sobre as reais contribuições do Turismo para grupos de artesãos do DF.

Além desta Introdução e das Considerações finais, este trabalho está dividido em quatro capítulos. No primeiro capítulo é apresentada a discussão teórica acerca dos principais conceitos abordados, dentre outros, turismo, artesanato, economia solidária e cooperativismo popular, comércio justo, ético e solidário. No segundo capítulo é apresentada a contextualização geral da região estudada, do artesanato no Distrito

Federal e em Taguatinga, além dos aspectos demográficos, socioeconômicos e socioculturais locais. No terceiro capítulo é apresentada a metodologia utilizada, especificando o método de abordagem, além dos procedimentos metodológicos divididos em “pré-campo”, “campo” e “pós-campo”. No quarto capítulo é apresentada a sistematização e análise crítica dos dados coletados em campo. Por fim, são colocadas as referências utilizadas.

CAPÍTULO 1- Economia solidária e Turismo

Neste Capítulo são apresentadas discussões sobre os temas centrais da pesquisa e subtemas correlatos, dentre eles, economia clássica/industrial, modo de produção capitalista, economia solidária e cooperativismo popular, turismo, artesanato, e comércio justo, ético e solidário. Foram utilizadas como referências autores como Paul Singer, Jean Louis Laville, França Filho, Gaiger e a parceria com o grupo Ecosol, João Claudio Arroyo, José Osmar Fonteles, Cassio Luiz de França, Helena Costa, dentre outros, além do site oficial da Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES) e de cartilhas do Ministério do Turismo.

1.1. Economia Clássica

A economia clássica, ou industrial, pode ser entendida como aquela cujo sistema produtivo é hegemônico capitalista. Trata-se de um modo de produção pautado na busca pelo lucro e nas trocas da força de trabalho por mercadorias (GIANNOTTI, 1976).

A história do capitalismo começou após o período da sociedade feudal, a partir do século XI, com o aparecimento de comerciantes e artesãos (chamados de “burgueses”) que se instalaram ao redor dos feudos, cabe ressaltar que a sociedade feudal tinha relação totalmente hierárquica, tratava-se de uma sociedade claramente desigual. Nesse longo período de transição, houve diversas etapas interdependentes, foram elas: enaltecimento do capital, produção artesanal e expansão de mercadoria, adoção de políticas voltadas ao mercado, regularização dos salários, entre outras. Com o passar dos séculos, essas etapas se desenrolaram em diferentes regiões da Europa, principalmente na Inglaterra, onde se deu a Revolução Industrial (PRONI, 1997)

Na primeira revolução industrial, as fábricas a vapor se instalaram nas cidades, gerando trabalho para a população. Na época, os operários eram forçados a trabalhar até 15 horas por dia, recebendo o mínimo possível. Homens e mulheres eram explorados, e crianças começavam a trabalhar precocemente.

As atividades comerciais deram início ao processo de constituição de classes sociais. A terra era transformada em mercadoria, gerando lucro, por conseguinte, acumulação de capital para os burgueses (SPOSITO, 1988). As atividades lucrativas tornam as pessoas individualistas, buscando cada vez mais acúmulos de riqueza

(FILHO; LAVILLE, 2004). Nesse sistema, a centralização de capital aparecia como um elemento indissociável de sua estrutura operacional, pois os recursos financeiros ficavam cada vez mais nas mãos de poucos, assim como os meios de produção (POCHMANN, 2002).

No modo de produção capitalista o mercado é o agente regulador em busca do lucro, deixando que a situação econômica se equilibre por si só – o que Adam Smith chamou de “mão invisível” -, havendo um encontro entre oferta e a demanda, um ponto entre aqueles que procuram e aqueles que oferecem bens e serviços, sendo a troca o ponto principal (FILHO, LAVILLE, 2004).

O aspecto “competitividade” é uma das características centrais desse modo de produção. A competição dá opção de escolha pelo menor valor, e a satisfação de quem busca. Contudo, desde o início da economia clássica, o individualismo está presente. As vantagens daqueles que já detêm o poder são transferidas para seus familiares, da mesma forma como as desvantagens dos que pouco possuem (ou nada possuem), o que leva a uma disputa injusta, gerando desigualdade (SINGER, 2002). Assim como em qualquer outro sistema produtivo, o capitalismo provoca grandes impactos.

A desigualdade e a exclusão social são dois dos principais aspectos negativos decorrentes desse modo de produção. Há um processo de exclusão de parcelas da sociedade, pois nem todos obtêm lucro, nem mesmo a distribuição de renda se dá de forma igualitária.

No entanto, as mudanças começaram a surgir na Europa, especificamente na Inglaterra, no século XIX, quando houve a segunda revolução industrial. O trabalho manual foi substituído pelo maquinário, quando as máquinas passaram a realizar o trabalho de vários operários, acarretando em desemprego para muitas pessoas. O período pós-revolução industrial levou à emancipação dos operários, que buscaram outras formas de produção e de sobrevivência, tal como a economia solidária.

1.2. Economia Solidária e Cooperativismo Popular

A economia solidária e o cooperativismo popular são modos de produção alternativos ao capitalista, onde prevalece a organização de indivíduos num espaço onde a coletividade predomina. Um espaço para autonomia, onde cidadãos têm poder de decisão em relação à realidade que vivem, diferentemente do capitalismo, onde o

mercado é o agente regulador. Na economia solidária a sociedade trabalha juntamente com políticas de Estado, para um espaço solidário, fraternal, onde há reconhecimento dos valores de cada indivíduo, buscando tirar pessoas da pobreza, e gerando oportunidades para desenvolver atividades na comunidade (POCHMANN, 2002).

Para que numa sociedade prevaleça a igualdade entre todos, a competitividade não poderia prevalecer, mas sim a solidariedade. Ou seja, a cooperação entre os indivíduos se faz necessária, onde um complementa a atividade do outro. Nesse modo de produção, todos ganham igualmente, sem diferenciação das remunerações (SINGER, 2006).

A economia solidária é a união de atividades realizadas coletivamente, de forma solidária e autogestionária. A cooperação, a autogestão, a dimensão econômica e a solidariedade são as principais características desse modo de produção. (SENAES, 2013)

A grande diferença entre o capitalismo e a economia solidária é a finalidade. No primeiro modelo busca-se o lucro. Já no segundo, a igualdade, a solidariedade e a democracia. Outra diferença é o gerenciamento das empresas. Na economia clássica o que predomina é a hierarquia de autoridades, com notória disparidade na distribuição da riqueza gerada. A busca pelo lucro torna a competitividade interna mais intensa. Enquanto que na economia solidária prima-se pela autogestão, onde todos administram democraticamente o modo produtivo, geralmente por meio de assembleias, onde se discute questões gerais sobre as atividades, e onde tomadas as decisões coletivamente, tendo como ideia principal a igualdade no poder de voto.

A autogestão tem as suas particularidades, permeada por vantagens e desvantagens. Não é algo fácil de ser executada, principalmente quando se trata de um grande número de pessoas para decidir algo importante. Há casos em que alguns indivíduos são escolhidos para representarem determinados grupos, contudo, as discussões são feitas previamente com todos os integrantes. A maior dificuldade desse tipo de gestão é a falta de interesse dos sócios. Além das atividades normais rotineiras, a preocupação em tomar partido sobre determinados assuntos mais difíceis é um esforço a mais para os representantes (SINGER, 2006).

Para compreender melhor o conceito, faz-se necessário entender como surgiu a ideia desse modelo de produção econômico que não tem como principal objetivo o lucro, e sim a solidariedade e a coletividade.

O cooperativismo popular surgiu na Europa como um modo de produção alternativo ao capitalismo. Começou a ser pensado após a revolução industrial, na Inglaterra, pelo britânico Robert Owen, proprietário de um complexo têxtil que lidava com seus funcionários de modo diferenciado dos outros industriais, respeitando os direitos sociais e físicos. Foi o primeiro a propor o conceito de economia colaborativa, logo após a revolução francesa e as guerras que vieram em seguida, quando a Grã-Bretanha entrou numa crise econômica alarmante, deixando dezenas de pessoas desempregadas. (SINGER, 2006)

Depois que o governo britânico recusou a proposta de Owen, ele se transferiu para os Estados Unidos. Enquanto isso, seguidores de Owen buscaram colocar a sua ideia original em prática, pelo agrupamento de pessoas em comunidades que viveriam apenas com os ganhos de suas atividades profissionais, contra qualquer tipo de comércio. (SINGER, 2006)

A primeira cooperativa foi fundada pelo jornalista George Mudie, em Londres. Anos mais tarde, várias cooperativas e associações owenistas foram criadas por grupos de pessoas que se viam na pobreza. Tratavam-se de operários, que aderiam às greves por perceberem o quanto eram mal remunerados e explorados, e de desempregados. (SINGER, 2006)

O termo “Economia Solidária” surgiu na França, também no contexto de pobreza e no meio de exclusão social pós revolução industrial, tendo como características centrais a solidariedade, a divisão dos lucros, preservando o coletivo e não o individual, lutando principalmente contra a desigualdade (CHANIAL; LAVILLE, 2001). O principal pensador da economia solidária da época foi o francês Fourier, cujo objetivo era que os capitalistas experimentassem um modo de produção alternativo.

Os dois autores, Owen e Fourier, pensavam de forma similar: o resultado do trabalho seria repartido entre todos, e os meios de produção seriam também de todos. No entanto, havia um ponto de divergência entre os pensamentos de Owen e Fourier. O primeiro pensava numa aldeia cooperativista, e o segundo tinha a ideia de preservar a propriedade privada e a liberdade para escolha de trabalho, no qual cada pessoa poderia

escolher o trabalho que quisesse, sem se importar com a remuneração, trabalhando e recebendo uma renda mínima (SINGER, 2006). A novidade foi se espalhando pela Europa e, em seguida, pelo mundo, chegando até no Brasil.

A economia solidária chegou ao Brasil no começo do século XX, estruturando-se, principalmente, por meio de cooperativas agrícolas no campo, e por cooperativas de consumo na área urbana, entretanto, desarticuladas de uma das características principais: a autogestão. Com a chegada das redes de supermercados, muitas cooperativas desapareceram, outras se transformaram em locais de comércio industrial (SINGER, 2006).

O seu surgimento nos anos 1980 e 1990 se deu para combater o desemprego que atingiu a economia brasileira na época (ALVES, 2006). As pessoas não possuíam renda, nem acesso à educação, saúde e escolas, além de se depararem com um contexto de insegurança alimentar, entre outros. A economia solidária reviveu, mas desta vez autogestionária, em forma de cooperativas e associações (SINGER, 2006). As empresas que haviam sido desindustrializadas (consequência do desemprego) foram recuperadas. Cooperativas agrárias, cooperativas populares auxiliadas por incubadoras universitárias, entre tantas outras ações, foram dando forma à economia solidária na época (GADOTTI, 2009).

As trocas de opiniões e a popularização das notícias cresceram entre as cooperativas, assim como a rede eletrônica de intercâmbio comercial. Inúmeras iniciativas de finanças solidárias surgiram como, por exemplo: os “bancos populares”, que ofereciam microcréditos para organizações de cooperativas em formação; o “clube de troca”, como intercâmbio comercial, nesse caso, com pequenos produtores que trocam mercadorias entre si; dentre tantas outras que foram sendo criadas. (FILHO; LAVILLE, 2004)

Um marco importante no contexto nacional se deu em 2003, com a criação da Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES), ligada ao Ministério do Trabalho, que tinha como objetivo apoiar a economia solidária por meio de ações com políticas voltadas ao apoio de bancos comunitários, incubadoras e cooperativas. O intuito da Secretaria era estimular a geração de trabalho e de renda, buscando incluir socialmente e economicamente os menos favorecidos. A SENAES, que tinha como Secretário Paul Singer (renomado autor com maior referência teórica na área de estudo),

foi extinta em 2016. Atualmente, o modelo econômico solidário é notório, dentre outras coisas, por ser um processo em construção muito relevante por se pautar em princípios de solidariedade, de inclusão social, de emancipação e de sustentabilidade (GADOTTI, 2009). De certa forma, representa esperança para grupos excluídos, tanto economicamente quanto socialmente.

1.3. Turismo, economia solidária e artesanato

Desde os primórdios da civilização, o homem já se deslocava por diversos motivos, mas pode-se considerar que, na Grécia, no século VII a.C., o deslocamento realizado por pessoas interessadas em visitar as pirâmides construídas ou assistir os jogos olímpicos, se caracterizava como uma atividade turística (JUNIOR, 2012). Os romanos, também realizavam viagens por motivos de lazer, em busca de espetáculos circenses e lutas, mas, além disso, se deslocavam por motivos de saúde (FRATUCCI, 2008). As peregrinações também foi um marco na história das viagens (BURSZTYN, 2005). Por mais que o Turismo seja uma atividade antiga, o conceito sobre tal tema surgiu somente no século XVII, na Inglaterra (BARRETO, 2008). A partir de então, diversos pesquisadores começaram a discutir sobre o tema.

A escola berlinesa e escola polonesa, por exemplo, trazem várias definições acerca do entendimento epistemológico do turismo. Ambas contêm autores que conceituam o turismo como o deslocamento de pessoas para outro lugar, com motivos relacionados ao prazer, descanso, lazer (FUSTER, 1995). O turismo também é definido como um fenômeno de lazer ou de busca de experiências, envolvendo diversas pessoas e garantindo um lugar na economia mundial (MOESCH, 2002). Para Fonteles (2004, p. 85):

Turismo é a soma das relações de serviços resultantes de um câmbio de residência temporário motivado por razões alheias a negócios ou profissionais.

A atividade turística é multidisciplinar, pois abrange o aspecto social, econômico e político de uma comunidade. Apesar das definições apresentadas possuírem complementariedades, é importante que se entenda o turismo como um fenômeno causador de impactos, tanto positivos quanto negativos.

Do ponto de vista econômico, os impactos se dão na geração de emprego e renda, no investimento na infraestrutura para recepção dos visitantes, na criação e disponibilização de espaço de lazer, entre outros aspectos positivos. Já a especulação imobiliária, a elevação dos custos de vida, dentre outros, são aspectos negativos (VALLS, 2006).

Na perspectiva dos impactos socioculturais o excesso de visitação na comunidade, a perda da tradição, a exploração sexual de crianças e adolescentes, a prostituição, o tráfico de drogas e de pessoas, a desvalorização do trabalho e a exclusão social, são alguns dos aspectos negativos (NASCIMENTO e COSTA, 2015). Mas há também o lado positivo, por meio da valorização da cultura, do artesanato local, além das trocas de conhecimentos e de experiências entre viajantes e moradores.

Já nos impactos socioambientais, a degradação e poluição do meio ambiente são os principais aspectos negativos, enquanto que a revitalização de espaços abandonados e as campanhas para preservação estão entre os positivos (COSTA, 2013).

Existem dois olhares principais entre alguns autores: o turismo convencional e o turismo como fenômeno. O olhar convencional, percebe o turismo como uma indústria. Conhecido como turismo de massa, visa somente o aspecto econômico, produz cada vez mais para satisfazer as necessidades dos visitantes, sem se preocupar com a localidade receptora. Já a perspectiva do turismo como um fenômeno complexo, abrange aspectos imateriais (a cultura, por exemplo) e materiais (produtos artesanais), o que demanda por uma análise sistêmica, devido às diversas ramificações dos setores que o compõe. Visa também o inter-relacionamento entre o turista e o morador da comunidade, busca a valorização do aspecto cultural, social e ambiental (MOESCH, 2002).

Outra classificação do turismo é a chamada “suave” e “dura”, onde a primeira mostra um turismo que procura respeitar a localidade (o ambiente) e respeitar a comunidade, e a segunda se preocupa apenas com o aspecto econômico (KRIPPENDORF, 1995).

Em suma, o turismo convencional (“de massa” ou “duro”) é aquele que impacta ecologicamente, prejudica psicologicamente e socialmente a localidade, com o passar do tempo deteriora a paisagem, além do desconforto que causa nos residentes. Esse tipo de turismo cresceu no modo de produção capitalista e funciona como tal. (FONTELES, 2004)

No entanto, existem modelos alternativos de turismo baseados nos princípios da economia solidária. São ações pautadas, por exemplo, na organização comunitária, que visa a promoção de um turismo com responsabilidade socioambiental, solidário e comunitário. Os arranjos produtivos locais (APLs) em turismo se apresentam como iniciativas de pequenos empreendedores, que se uniram para se sustentarem economicamente, competindo com a economia global (CORIOLANO, 2009).

A perspectiva de sustentabilidade agregada ao turismo define a atividade como aquela que contribui para o desenvolvimento do local, respeitando as necessidades dos moradores e dos visitantes (COSTA, 2013). O turismo de base comunitária (TBC), modelo alternativo ao tradicional, é baseado no cooperativismo, na solidariedade, na autogestão, na valorização da comunidade local e no aproveitamento das atividades do setor para beneficiar a localidade (SILVA, RAMIRO e TEIXEIRA, 2009).

Iniciativas variadas se solidificam em contrapartida ao modelo de turismo de massa, por meio de indivíduos que se organizam coletivamente em estruturas de trabalhos pautadas na solidariedade, na ética e na justiça social. Se apresentam ao mercado a partir de organizações coletivas de trabalho, que entendem que existem outros modos para revolucionar socialmente (CORIOLANO, 2009). Como é o caso das associações e cooperativas de diversos setores, inclusive do artesanato, que buscam competitividade no mercado turístico.

No turismo, o artesanato é uma atividade de suma importância, em razão da expressão cultural que é transmitida e da representação histórica da comunidade.

Para entender o que é artesanato, faz-se necessário conhecer os conceitos de “trabalho manual” e de “artesanato”, pois apesar dos dois exigirem habilidades manuais, há uma diferença.

O trabalho manual é aquele que o indivíduo produz com a matéria prima já modelada e, muitas vezes, industrializada (PERFIL DO ARTESÃO, 2016). Diferentemente do artesanato, que é o trabalho realizado manualmente com matéria-prima ainda inacabada. Segundo a cartilha “Perfil do artesão”, artesão é:

O trabalhador que de forma individual exerce um ofício manual, transformando a matéria prima bruta ou manufaturada em produto acabado. Tem o domínio técnico sobre materiais, ferramentas e processos de produção artesanal na sua especialidade, produzindo trabalhos que tenham dimensão cultural, utilizando técnica predominantemente manual, podendo contar com

auxílio de equipamento, desde que não sejam automáticos ou duplicadores de peças. (PERFIL DO ARTESÃO, 2016, p. 02)

Não é considerado artesão aquele que trabalha de forma industrial, com utilização de máquinas que facilitem a produção em série. Também não pode ser considerado artesão os que só realizam um único processo manual, sem ter conhecimento sobre a realização dos processos subsequentes. Além disso, o artesão deve trabalhar o acabamento da matéria prima e buscar a qualidade. (BASE CONCEITUAL DO ARTESANATO BRASILEIRO, 2012)

O artesanato por sua vez, é a produção dos artesãos que detêm o total conhecimento sobre as técnicas utilizadas (PERFIL DO ARTESÃO, 2016). Trata-se de uma atividade produtiva em que um artesão realiza, manualmente, com habilidades, a transformação de uma matéria prima em produto acabado com sua arte (NETO, 2017).

As atividades realizadas no âmbito do turismo por cooperativas e associações de artesanatos impactam economicamente e socialmente nos contextos onde se desenvolvem, pois, a inclusão social e a geração de trabalho e renda estão entre os principais resultados.

Como exemplo pode-se citar o grupo de Artesanato Solidário (Artesol) criado em 1998, inicialmente como um projeto de combate à pobreza, que posteriormente, consolidou-se como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP). O grupo promove ações voltadas aos artesãos que vivem em locais mais carentes, buscando valorizar o artesanato e a cultura.

Mas é preciso compreender a forma como é feita a comercialização desses produtos, já que, aparentemente, os mesmos grupos coletivos de trabalho estão baseados nos princípios da economia solidária.

1.4. Comércio justo, ético e solidário

A marginalização de certas atividades produtivas, no modelo convencional capitalista, acarreta numa estrutura de comercialização pautada na desvalorização dos produtos e do trabalho desses grupos produtivos, em especial de pequenos produtores e de artesãos. As associações e cooperativas artesanais são exemplos de resistência desse tipo de exclusão.

O conceito de “comércio justo, ético e solidário” visa, principalmente, uma relação de parceria entre os consumidores e os produtores, para enfrentar dificuldades do atual modo de produção, desenvolver a sustentabilidade, e promover a segurança econômica (SAMPAIO e FLORES, 2002).

O comércio justo, ético e solidário se baseia em alguns princípios, dentre outros: acabar com o trabalho infantil e escravo; cessar discriminações de raça, de gênero e de religião; preservar a saúde das pessoas e do ambiente; eliminar os níveis de intermediação comercial especulativa; garantir o pagamento de preços justos aos pequenos produtores; respeitar os direitos trabalhistas, às identidades históricas e culturais, locais e regionais; estimular a capacidade de escolha e de planejamento das pessoas; estimular a criação de associações e cooperativas; apoiar o desenvolvimento e a oferta de ferramentas de conhecimento e de tomada de decisão; garantir informações entre atores envolvidos na causa. (FRANÇA, 2002)

O artesanato e o comércio justo, ético e solidário têm em comum o respeito às identidades históricas e culturais, locais e regionais, e a estimulação da criação de associações e cooperações. Ambos lutam pela igualdade, trabalhando com base nos princípios da solidariedade.

CAPÍTULO 2- Distrito Federal, Turismo e artesanato

A base teórica e documental utilizada para a elaboração deste Capítulo, se deu, dentre outros, a partir do Diagnóstico do Setor de Artesanato do DF (SEBRAE, 2005), do Perfil do Artesão do DF (OBSERVATÓRIO DO TURISMO, 2015), da Pesquisa Distrital por amostra de Domicílios - Taguatinga (PDAD, 2016), da tese de doutorado "De Bonecas, Flores e Bordados: Investigações Antropológicas" (CANANI, 2008), e de sites oficiais do IBGE, do PNUD, do Instituto Firjan, do Mercado Sul e do Governo do Distrito Federal.

As características centrais apresentadas perpassam por: aspectos demográficos, socioeconômicos e índices de desenvolvimento; artesanato no DF, incluindo grupos e modelos, e perfil do artesão; características da Feira da Torre de TV; a RA III - Taguatinga e seu aspecto socioeconômico e sociocultural; Mercado Sul; Bordadeiras de Taguatinga e Associação "Bordando Linhas".

2.1. Aspectos Demográficos, Socioeconômicos e Índices de Desenvolvimento do DF

O Distrito Federal fica localizado no Planalto Central, na Região Centro-Oeste do Brasil. Possui população estimada de 2.977.216 habitantes no ano de 2016, numa área de unidade territorial de 5.779.999 km² (IBGE, 2015). Devido ao grande crescimento, é considerada a quarta cidade mais populosa do país, sendo 52 % dos habitantes do sexo feminino (GOVERNO DE BRASÍLIA, 2017). Grande parte da população é imigrante, vindos principalmente da Região Nordeste do Brasil.

Totalmente ocupado pelo Cerrado, a região é conhecida como pela notória biodiversidade de flora, com 11.627 espécies de plantas (GOVERNO DO DF, 2016). O DF é composto por 31 Regiões Administrativas, oficialmente dependentes do Governo de Brasília (**Figura 1**).

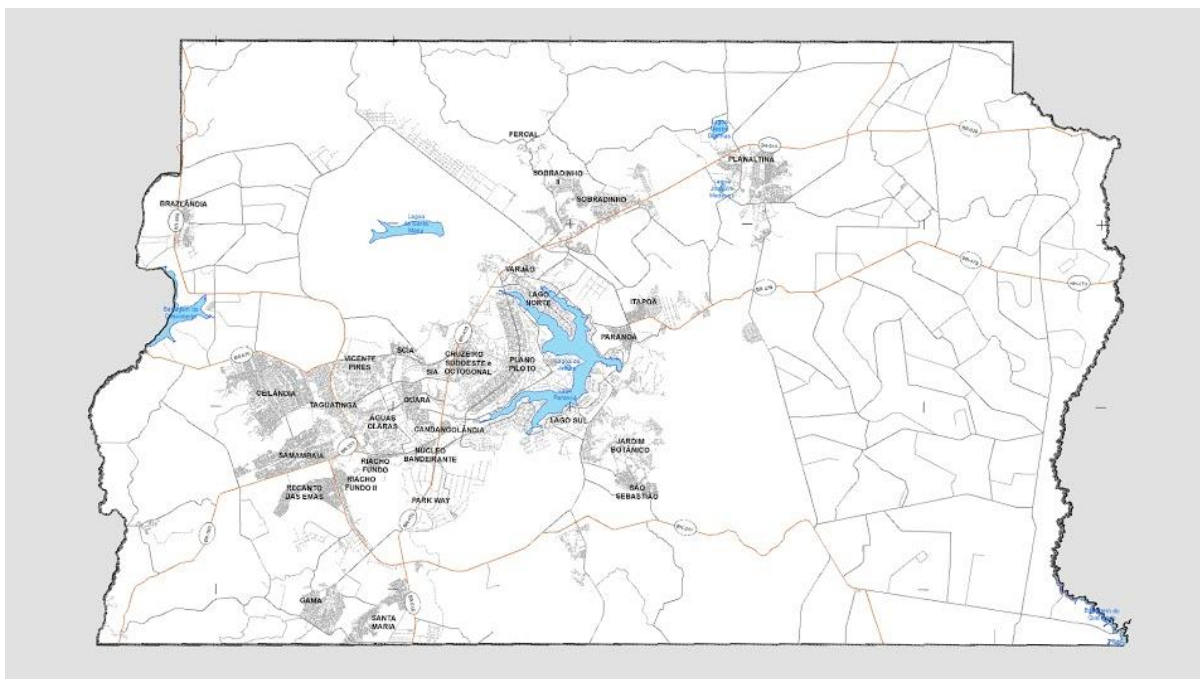


Figura 1: Mapa do DF

Fonte: Governo do Distrito Federal, 2017.

Em relação ao desenvolvimento socioeconômico, o DF apresenta um quadro de desigualdade socioeconômica, representada pelo mais elevado índices de Gini¹ do Brasil, atestado em 0.6370 (IBGE, 2010).

O indicador utilizado nessa pesquisa para a análise do quadro geral de desenvolvimento do DF foi o Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal (IFDM), pois ele faz o acompanhamento anual de três componentes consolidados: saúde; emprego e renda; e educação. Nos dados do último ano de pesquisa, o IFDM consolidado do DF se apresenta numa esfera de classificação de desenvolvimento “moderado”, atingindo 0.7624 (**Gráfico 2**). Quanto aos componentes educação (0.8071) e saúde (0.8657), Brasília se encontra classificada sob índice de “alto desenvolvimento”.

Contudo, o componente emprego e renda é aquele de menor contribuição para o IFDM consolidado, que atestou 0.6144, sendo classificado com índice de desenvolvimento “moderado”, o que corrobora com o cenário de pobreza de algumas RAs do DF e de desigualdade dessa região.

¹ O índice de Gini mede as desigualdades sociais e o nível de concentração de renda, além de avaliar a distribuição de riqueza, ou seja, numa escala de 0 a 1, quanto mais próximo de 0, melhor é a distribuição de renda da região. No caso do DF, há certa desigualdade na distribuição de renda local

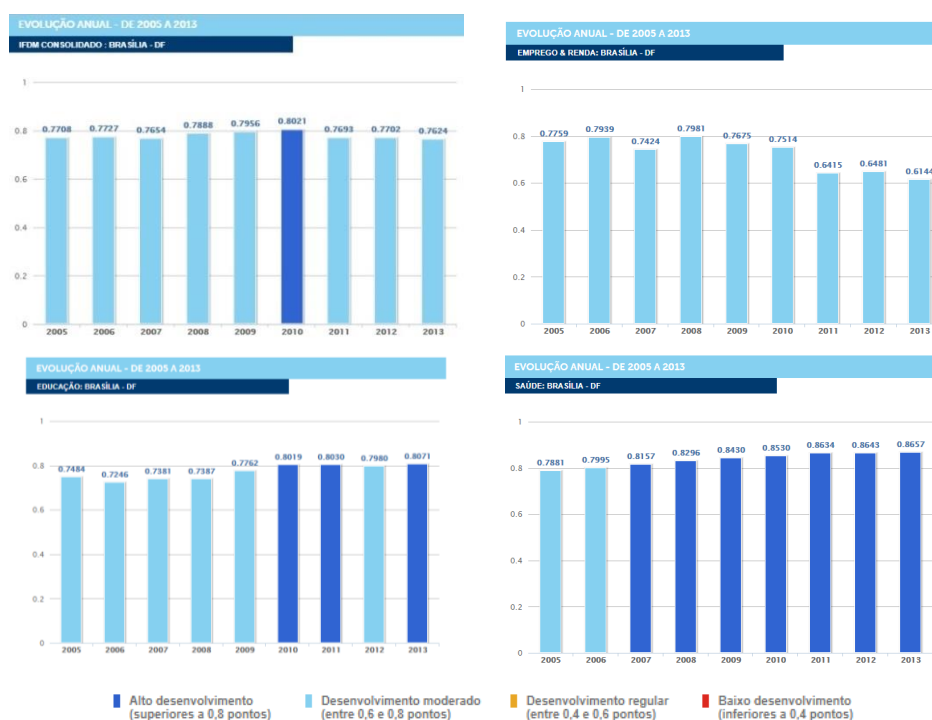


Gráfico 2: IFDM e suas áreas de desenvolvimento avaliados na evolução anual entre 2005 e 2013 de Brasília

Fonte: SISTEMA FIRJAN, 2015.

A partir dos dados do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) percebe-se que no ano de 2010 a renda per capita do Distrito Federal era de R\$1.715,11 que, comparando com o ano de 1991, pode-se perceber um crescimento considerável. Porém, pela análise da concentração de renda, supracitada, entende-se que a porcentagem de pobreza (4,96%) identificada no DF parece estar também concentrada, principalmente em regiões administrativas. **Tabela 1.**

Tabela 1: Renda, pobreza e desigualdade- Brasília

	1991	2000	2010
Renda per capita	916,00	1.199,44	1.715,11
% de extremamente pobre	3,99	3,28	1,19
% de pobres	14,97	12,28	4,96
Índice de Gini	0,62	0,63	0,63

Fonte: PNUD, Ipea e FJP, a partir de PNUD, 2017.

Como destacado, o Distrito Federal possui alto índice de concentração de renda e é considerado inclusive o território mais desigual do Brasil, segundo o Mapa das Desigualdades (INESC, 2016). Diversas notícias foram publicadas ressaltando essa problemática. Por exemplo, a publicação no Correio Braziliense, em 2016, que atesta a comparação da renda das regiões administrativas como um tema extremamente

relevante, ao apresentar que a renda mensal per capita do brasiliense, em geral, é de 2,1 salários-mínimos. Mais detalhadamente, a renda mais alta per capita mensal é do Lago Sul, com 10,3 salários mínimos, seguida do Sudoeste e Octogonal com 8,36, depois o Plano Piloto (Asa Norte e Asa Sul) com 7,06. Por outro lado, a menor renda per capita se concentra na Cidade Estrutural com 0,66 (ou seja, menos de um salário mínimo), na Fercal com 0,79, e no Varjão, com 0,8. A renda das pessoas que moram no Lago Sul é 16 vezes maior que a renda das pessoas que vivem na Estrutural.

As ocupações remuneradas dos habitantes do DF interferem no problema apresentado. Segundo o Censo do IBGE, as ocupações se distribuem em Empregados com carteira (663.059 indivíduos), empregados sem carteira (198.838 indivíduos), militares e funcionários públicos (174.913 indivíduos), autônomos (207.542 indivíduos) e Empregadores (23.726 indivíduos), representando uma População com Idade Ativa (PIA) que totaliza 1.036.810 pessoas - **Quadro 1**. Percebe-se que as pessoas que trabalham por conta própria (autônomos) representam uma pequena parcela nas posições de ocupação. É cabível refletir sobre esse dado, já que a atividade de artesanato entra nessa categoria.

POSIÇÕES NA OCUPAÇÃO	
Empregados (10 anos ou mais de idade)	1.036.810
Empregados com carteira	663.059
Empregados sem carteira	198.838
Empregados Militares e Funcionários Públicos	174.913
Conta Própria (autônomos)	207.542
Empregadores	23.726

Quadro 1: Posições na Ocupação

Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2010.

As ocupações influenciam no Produto Interno Bruto (PIB) do Distrito Federal, que é dividido em diferentes categorias nas regiões administrativas. O valor total de R\$ 171.201.766, é dividido em valor adicionado da “Administração, Saúde e Educação Públicas e Seguridade Social” (R\$ 73.725.856), “Indústria” (R\$ 11.346.922), “Agropecuária” (R\$ 770.068), e “Serviços” - excluindo a Administração, Saúde e Educação Públicas e Seguridade Social (R\$ 85.358.921). **Quadro 2.**

PIB TOTAL		171.201.766
Valores Adicionados	Serviços (exclusive administração, saúde e educação públicas e seguridade social)	85.358.921
	Administração, saúde e educação públicas e seguridade social	73.725.856
	Indústria	11.346.922
	Agropecuária	770.068

Quadro 2: Valor do PIB no Distrito Federal

Fonte: própria autora a partir de dados do IBGE, 2014.

O valor agregado do PIB que provem dos “Serviços (excluindo administração, saúde e educação pública e seguridade social)”, categoria na qual está incluído o turismo, é o maior dentre todos, o que representa uma grande influência para a economia da região. Ou seja, há potencialidade de retorno financeiro considerável a partir da prática turística em Brasília.

2.2. Atrativos Turísticos do DF

Os atrativos turísticos do DF são bem característicos, grande parte deles com representações das obras de Oscar Niemeyer e do cerrado. Os atrativos mais visitados estão em Brasília (RA I), que é famosa por sua arquitetura e por ser o centro político do país, atraindo pessoas mais focadas no turismo cívico e no turismo de negócios e eventos. As atividades relacionadas, tanto diretamente quanto indiretamente ao turismo no DF contribuem com, aproximadamente, 2,5% para o PIB local (OBSERVATORIO DE TURISMO, 2017). O cenário é propício para a venda de produtos artesanais, o que de fato, ocorre.

A Torre de TV e a Feira de Artesanatos, por exemplo, receberam em 2017, até julho, aproximadamente, 55.052 visitantes, um número baixo se comparado com o mesmo período de 2015, que recebeu cerca de 103.067 visitantes (OBSERVATÓRIO DE TURISMO, 2017), atraindo público para compras de peças artesanais.

Outro atrativo importante para venda de produtos artesanais é o Estádio Nacional “Mané Garrincha”, onde ocorrem eventos variados, dentre shows, festas, jogos, megaeventos, entre outros. Muitos turistas e moradores aproveitam a visita para comprarem *souvenirs* oferecidos por ambulantes e artesãos. O Memorial dos Povos Indígenas é outro atrativo de suma importância, pois tem por objetivo mostrar a grande diversidade e riqueza da cultura indígena de forma dinâmica e viva, além de ser indispensável para a divulgação do artesanato indígena.

As bancas localizadas em frente à Catedral também têm sua importância para o artesanato. Nesses locais, muitas famílias expõem e vendem seus materiais produzidos há, pelo menos, 50 anos no mesmo local. Os produtos ofertados são flores do cerrado, processadas artesanalmente. Ver **Figura 2**.



Figura 2: Bancas de artesanato na Catedral

Fonte: Xapuri Socioambiental, 2017.

Além dos atrativos localizados em Brasília (RA I), são encontrados outros espaços de vendas de produtos artesanais em outros locais do DF. Por exemplo, a Feira do Guará, a Feira dos importados e a Feira da Ceilândia, que além dos produtos industriais, possuem bancas com utensílios para casa feitos manualmente, comidas artesanais e típicas de outros estados, e variedades de peças de artesãos locais. O Shopping Gilberto Salomão é, também, um lugar de exposição e comercialização de artesanatos locais, pois dispõe de espaço para uma feira que acontecem mensalmente: a “Feira da Lua”. Na Praça do Relógio, em Taguatinga, acontece mensalmente uma feira de artesanato, a “Taguart”. Trata-se de um evento que reúne vários artesãos das RAs do DF, obrigatoriamente cadastrados em alguma associação, para exposição do trabalho artesanal.

Afora os atrativos turísticos que possuem vendas fixas de artesanato, os eventos no DF são frequentes e tem suma importância para divulgação das peças. Dos eventos anuais mais importantes, três são destaques: a Feira Internacional de Negócios do Artesanato (FINNAR), a Feira do Artesanato Mundial (FAM) e o Salão do Artesanato.

A FINNAR é uma feira de artesanato que acontece há 10 anos em Brasília, no espaço Centro de Convenções Ulisses Guimarães. O objetivo do evento é unir artesãos

de todo o Brasil para expor e vender peças, além de palestras, oficinas, *workshops*, entre outros (FINNAR, 2017). A seguir **Figura 3**.



Figura 3: Logo da 11ª Finnar
Fonte: FINNAR, 2017.

A Feira do Artesanato Mundial (FAM) é também uma feira que tem como característica a amostra da diversidade e a riqueza artesanal do Brasil e de outros lugares do mundo. Acontece anualmente em diferentes estados do país. O diferencial da FAM é a sustentabilidade social, pois o que prevalece é a atitude pessoal e empresarial voltada para reciclagem (FAM BRASIL, 2017). Ver **Figura 4**.



Figura 4: Logo da Feira do Artesanato Mundial
Fonte: FAM, 2017.

Por sua vez, o Salão do Artesanato teve a sua décima edição em 2017. Geralmente é realizado no Parque da Cidade (**Figura 5**). O evento reúne artesãos de estados brasileiros para expor e comercializar os produtos. O objetivo é promover aproximação do artesão com o público, além de destacar aspectos das culturas dos estados brasileiros, fazendo com que todo ano um estado brasileiro seja homenageado.



Figura 5: Salão do Artesanato

Fonte: 10º Salão do Artesanato, 2017.

2.3. Artesanato no DF

O artesanato é um tema que vem sendo tratado nos últimos anos em estudos técnicos e acadêmicos, por se tratar de uma atividade que expressa cultura com estilo de produção tradicional, que também vem se adaptando a modernidade. O mercado consumidor do artesanato brasileiro, geralmente, são os turistas estrangeiros. No caso do Distrito Federal, os principais consumidores são os estrangeiros das embaixadas (DIAGNÓSTICO- SETOR DE ARTESANATO DO DF, 2005).

A principal renda das pessoas que estão associadas em grupos de trabalho vem, exclusivamente, da venda do produto artesanal. No Distrito Federal há uma grande quantidade de associações e cooperativas de artesãos que desenvolvem essas atividades. O **Quadro 4** apresenta 23 grupos de associações do DF, assim como a quantidade de participantes/associados, o local de onde estão estabelecidos, os modelos de produtos artesanais produzidos e a fundação de cada grupo. Todos os associados possuem carteirinha do artesão e do trabalhador manual.

A carteirinha é uma identificação nacional para artesãos. Foi criada em 2012, pela Secretaria da Micro e Pequena Empresa (SMPE), com o apoio do Programa Nacional do Artesão (PAB). A carteirinha possibilita a participação em feiras para exposição, cursos e oficinas, incentivos fiscais, isenção de Imposto sobre circulação de mercadorias e serviços (ISMS), facilidade ao microcrédito, acesso a nota fiscal, além da possibilidade de ser contribuinte autônomo. O cadastramento é feito mediante demonstração de técnica, de acordo com os critérios estabelecidos pelo PAB, e da prestação de informações pertinentes à profissão de artesão. De acordo com a Secretaria de Estado de Esporte, Turismo e Lazer, o DF está em 5º lugar no Brasil no quantitativo de artesãos e de trabalhadores manuais cadastrados, atingindo 6,92% do total de artesãos cadastrados no país (SETUL, 2017). A seguir **Quadro 3**.

Artesão cadastrado	Quantidade (n°)	%
Brasil	141.941	100
DF	9.827	6,92

Quadro 3: Numero de artesãos cadastrados
Fonte: própria autora a partir de dados da SETUL, 2017.

GRUPO	Nº PART	LOCAL	MODELOS	FUNDAÇÃO
Federação das Mulheres Unidas de Brasília (FEMUB)	1.200	Gama	Bijuterias, Flores, Bonecas, Bordados	1999
Associação dos Artesãos de Samambaia (ArtesSam). (Figura 6)	120	Samambaia	Cerâmica, Móveis, Flores	1993
Associação do Artesanato do Plano Piloto (AAPP)	-	Brasília	Bonecas, Imagens, Bordados, Roupas bonecas	1973
Associação dos Artesãos de Brazlândia (ArteBraz)	60	Brazlândia	Buriti, Crochê, Sucata, Biscuit	2001
Associação dos Artesãos de Taguatinga (AAT)	1200	Taguatinga	Bolsas, Sandálias de couro, Entalhes de madeira	1979
Associação dos Artesãos de Planaltina (AAP)	183	Planaltina	Flores, Cestaria	1981
Associação dos Artesãos e Expositores do Lago Sul (Arte Lago)	45	Lago Sul	Cerâmica, Móveis de vime, Móveis antigos, Vasos de cimento	1981
Associação Artesanal Moda e Tradição (Cia do Lacre)	80	Riacho Fundo	Bolsas, Bonecas, Almofadas	2001
Associação das Bordadeiras de Taguatinga (Flor do Ipê).	20	Taguatinga	Almofadas, Colchas Cortinas	2002
Cooperativa dos Artesãos Moradores do Lago Norte (Quituart)	69	Lago Norte	Produtos alimentícios	2001
Associação Comunitária das Mulheres Unidas	120	Recanto das Emas	Crochê, Tapete, Pano de Prato	1993
Associação dos Expositores Artistas Plásticos Manipuladores de Alimentos da Feira da Torre (ASSEAPMA)	68	Brasília	Flores do Cerrado	1995
Associação dos Artesãos do Cruzeiro	08	Cruzeiro	Panos de Prato, Bandejas de Biscuit	-
Associação de Produção do Artesanato de Santa Maria (APAS)	22	Santa Maria	Toalhas bordadas, Panos de Prato	2000
Associação Artesanal Santos Dumont (ASSAD)	100	Gama	Bolsas, Bonecas	2001
Associação dos Artesãos da Ceilândia (AAC)	800	Ceilândia	Vestuários, Flores, Calçados em couro	1981
Associação das Costureiras e Bordadeiras de São Sebastião (ASCOB)	20	São Sebastião	Bonecas, Bordados	2002
Associação dos Profissionais de Confeção e Trabalhos Manuais (ASCONTRAM)	180	Cruzeiro	Telas, Quadros	2000
Associação dos Artesãos e Culinaristas de Sobradinho (AACS)	128	Sobradinho	Bonecas, Biscuit, Bordados	1966
Grupo de Produção do Riacho Fundo	16	Riacho Fundo	Colchas, Bolsas de retalhos	2001
Associação dos Artesãos do Gama (AAG)	26	Gama	Tapete, Bolsa de juta, Bordados	1981
Associação dos Artesãos do Núcleo Bandeirante (AANB)	30	Núcleo Bandeirante	Biscuit, Tapeçarias, Pintura em madeira, Bordados	1984
Associação dos Expositores, Artesãos,	22	Vila	Panos de prato	2001

Artistas Plásticos e Manipuladores de Alimentos da Vila Planalto.		Planalto		
---	--	----------	--	--

Quadro 4: Associações de artesanato do DF

Fonte: própria autora, a partir do Diagnóstico - Setor de Artesanato do DF, 2005.



Figura 6: Expoartesanato QLINDO

Fonte: Associação do artesão de Samambaia, 2013.

Por mais que exista uma quantidade razoável de associações e cooperativas de artesãos no DF, a grande maioria dos artesãos desenvolve suas atividades em casa, ou seja, muitos deles não estão associados e fazem da própria residência o local de produção e venda (DIAGNÓSTICO - SETOR DE ARTESANATO DO DF, 2005). Por se tratar de uma atividade considerada não empresarial, acabam por utilizar recursos próprios para trabalhar, salvo os casos que instituições de suporte dão apoio providenciais. Os recursos utilizados (matéria-prima) são comprados, geralmente, em comércios na própria região que o artesão reside.

Quanto às técnicas utilizadas pelos artesãos, é digno de nota que muitos aprendem com os próprios familiares, de forma mais tradicional. Ainda assim, muitos participam de cursos de capacitação para aperfeiçoar o trabalho ou aprender novas técnicas (DIAGNÓSTICO-SETOR DO ARTESANATO DO DF, 2005). E por essa razão, percebe-se uma diversidade de produtos confeccionados para venda no DF, dentre os mais vendidos estão: bolsas (29,50%); móveis (25%); roupas e panos de prato (15,90% cada); e almofadas (13,60%). Ver **Gráfico 3**.

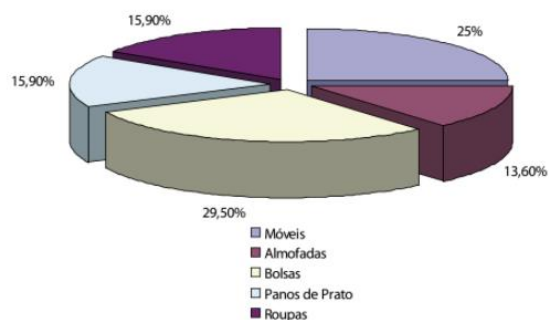


Gráfico 3: Produtos mais vendidos no DF

Fonte: Diagnóstico - Setor de Artesanato do DF. SEBRAE, 2005.

Além disso, durante todo o ano são feitas exposições. Entretanto, dezembro é o mês que se destaca na venda dos produtos. Como ressaltado anteriormente, as vendas são realizadas, principalmente, em feiras expositivas, eventos, na Feira da Torre de TV e nas próprias associações.

Quanto ao escoamento dos produtos, por não haver quantidade de mão de obra suficiente para a produção, não há estoques, e por isso os artesãos precisam de mais tempo para produção, tornando uma competição desigual se comparada com os produtos industriais.

Importante ressaltar os problemas enfrentados pelos artesãos. O mais agravante se refere ao capital de giro (26,0%), pela dificuldade de recursos e pela falta de armazenamento de estoque. A divulgação (14,6%), a aquisição de matéria prima (13,2%) e o transporte (9,1%) estão entre as principais dificuldades, além da falta de infraestrutura (8,7%), que também é um ponto fraco. Dados detalhados no **Quadro 5**, a seguir.

Problemas Enfrentados	%
Capital de giro	26,0%
Divulgação	14,6%
Aquisição de Matéria prima	13,2%
Transporte	9,1%
Falta de infraestrutura	8,7%
Não informado	8,4%
Espaço para divulgação	6,4%
Incentivos	4,8%
Outro	3,2%
Falta de cursos	1,4%
Máquinas	1,4%
Mão de obra	1,2%
Falta de apoio	0,4%
Tempo para produzir	0,4%

Falta de Equipamento	0,4%
Concorrência	0,4%
Mexer a massa	0,2%

Quadro 5: Dificuldades no Setor de Artesanato

Fonte: própria autora, a partir do Diagnóstico- Setor de Artesanato do DF, 2005.

De todas as regiões administrativas do DF, o recorte de estudo da presente pesquisa se deu na Região Administrativa de Taguatinga, por conter lugares de cultura e grupos culturais específicos que trabalham com artesanato, além de oficinas e confecções, entre outros. Os pontos de cultura de Taguatinga estão localizados, principalmente, no Mercado Sul e na Praça do Relógio, onde mensalmente acontecem feiras. Trata-se de uma região com indústria moderna e comércio variado, no qual o artesanato faz parte da comercialização. Possui várias associações de artesanato, dentre outras, a Associação dos Artesãos de Taguatinga (AAT) que conta, atualmente, com 1200 associados, desses, apenas 200 trabalham com artesanato.

Diferentemente do artesanato de outras regiões do país, no Distrito Federal a grande característica é a urbanidade. Os artesãos, além de residirem no espaço urbano, elaboram peças de produtos, em sua maioria, representativos dos atrativos turísticos da cidade.

2.3.1. Tipologias de Artesanato

O artesanato é dividido por tipologias, que são denominadas de acordo com a matéria prima predominante, utilizada na produção e na função do produto artesanal. As matérias primas são, basicamente: argila, massas, ceras, parafinas, gesso, couro, pele, pena, fibras, tecidos, madeira, papel, metal, semente, dentre outros. (PERFIL DO ARTESÃO DO DF, 2015)

Além das tipologias, o produto artesanal possui três classificações, sendo os critérios definidos por: I - origem/criação, que determina o valor histórico e cultural; II - produção das peças; e III - técnica.

A classificação por “origem” pode se dar por artesanato: de arte popular; contemporâneo; artesanato de reciclagem; de referência cultural; indígena; tradicional; e produto típico/manual. Esse último é o mais frequente no DF.

A classificação por “produção de peças” (produto) é o resultado do trabalho manual ou da atividade artesanal. Dentre vários, os mais encontrados são almofadas, bolsas, bonecas, brincos, caixas, chaveiros, camas, colares, utensílios para casa e flores decorativas.

A última classificação é por “técnica”. Essa une a matéria prima com o conhecimento, habilidades e procedimentos ensinados. São elas: bordados e outros (16%), crochê (15%), montagem (13%) e pinturas (9%), são as mais utilizadas. Depois segue com fuxico² e modelagem (5% cada), costura e tricô (4% cada), colagem, decoupage³, tecelagem e traçado (3% cada), de acordo com **Gráfico 4**.

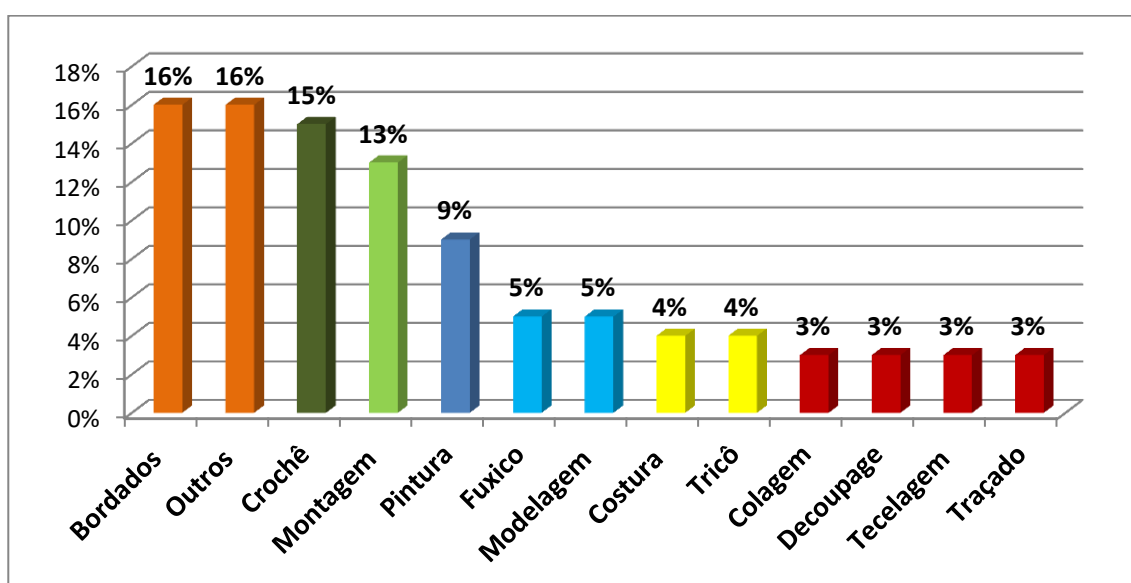


Gráfico 4: Classificação por técnica

Fonte: própria autora, a partir do Perfil do Artesão do DF, 2015.

2.3.2. Perfil do Artesão

No Distrito Federal o perfil social do artesanato é basicamente feminino (83%), e apenas 17% masculino. Como mostra o **Gráfico 5**. Grande parcela de artesãos sustenta suas famílias somente com a venda dos produtos artesanais.

² O fuxico é a união de várias pequenas trouxas de tecido, as quais, entretecidas, constituem flores coloridas (ao se conectarem, dão um novo visual aos itens artesanais).

³ Decoupage é a técnica de cobrir uma superfície com recortes de jornal, revista, papel, dando a aparência de uma delicada incrustação.

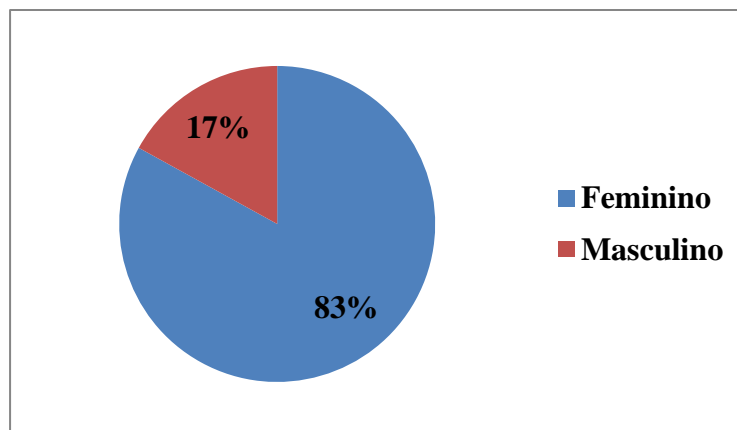


Gráfico 5: Perfil dos artesãos por sexo

Fonte: própria autora, a partir do Perfil do Artesão do DF, 2015.

A faixa etária das pessoas que tem como renda principal o artesanato está entre 30 e 59 anos. São indivíduos que vivem e trabalham na zona urbana, mais da metade com união estável, e que possuem de dois a três filhos.

2.3.3. Feira da Torre de Televisão

A Feira da Torre de Televisão surgiu no ano de 1970, com o movimento de jovens “hippies” de classe média, que aprenderam a fazer artesanato e bijuterias. Logo depois se apropriaram do espaço turístico para a venda dos produtos, como pode ser visto na **Figura 7**. Com o passar dos anos o governo regulamentou a Feira, que funciona até os dias atuais.



Figura 7: Barraca montada no espaço da Antiga Feira da Torre

Fonte: FAT, 2017.

A Feira da Torre é um dos locais mais importantes para o artesão do Distrito Federal, pois a característica e a localização facilitam a exposição e a venda dos produtos, tanto para turistas quanto para habitantes do DF. A Feira fica localizada no Eixo Monumental, ao lado da Torre de TV (um atrativo turístico importante de Brasília), entre a Asa Norte e Asa Sul.

A Administração Regional de Brasília é quem fornece a autorização para o artesão ocupar o espaço. Mas é necessária a apresentação da credencial de artesão. A banca é estruturada pelo próprio artesão, de acordo com sua preferência.

As exposições são feitas aos sábados e domingos durante o ano todo. Além das bancas de artesanatos, móveis, bijuterias, roupas, dentre outras, há bancas de comidas típicas das regiões do Brasil. Os produtos encontrados na Feira têm características e estilos de diferentes regiões do país, mostrando as técnicas que cada artesão aprendeu para produzir.

Ademais as técnicas tradicionais, os artesãos também aprendem novas técnicas e trabalham com novos materiais, pois muitos são apoiados por instituições. O espaço contém cerca de 600 bancas de diversas exposições, segundo o portal Governo do Brasil, é setorizada por produtos específicos como, por exemplo, um corredor só com móveis de madeiras, outros corredores só com produtos bordados, um setor só com bancas de comidas, outro setor só com roupas, etc. –**Figura 8.**

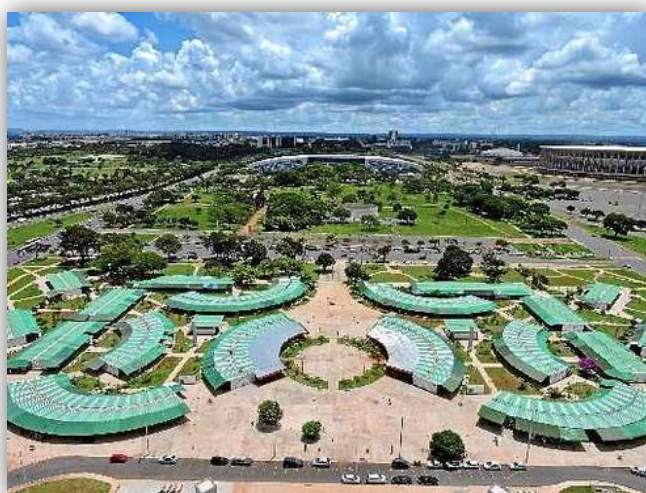


Figura 8: Feira da Torre de TV atual
Fonte: Blog do Chiquinho Dornas, 2017.

Importante destacar que na Feira da Torre não há apenas bancas de artesanato. São encontradas, também, bancas com produtos industrializados e bancas com produtos mistos, ou seja, parte da mercadoria é feita pelo artesão e parte ele compra no comércio.

2.4. RA III: Taguatinga

O nome Taguatinga originou-se do tupi-guarani "tuia-tungá", que significa "Barro Branco", porém, foi traduzida erroneamente para "Ave Branca". O povoamento de Taguatinga começou em meados de 1958, decorrente da lotação de outro assentamento que, na época, era chamada de Cidade Livre (atualmente, "Núcleo Bandeirante"). Imigrantes que chegavam para trabalhar na construção da nova capital do país, muitos desses trabalhadores acompanhados de suas famílias, povoaram tais assentamentos na área e, em seguida, migraram para Taguatinga, fundada no dia 05 de junho de 1958.

Posteriormente, a Lei 4.545/64 dividiu o Distrito Federal em oito Regiões Administrativas (RAs). Taguatinga foi denominada a RA III. Com o grande crescimento da população e da economia, houve a necessidade de desmembrar a RA para novos espaços de habitação, o que culminou no desmembramento de áreas conhecidas atualmente por Ceilândia e Samambaia. Anos mais tarde houveram mais desmembramentos, quando foi criada Águas Claras e, por último, Vicente Pires.

Taguatinga fica localizada cerca de 20 km a Oeste de Brasília. Ver **Figura 9**. Com área de 121,34 quilômetros quadrados, a cidade está dividida, atualmente, em seis setores: I - Setor Central: onde fica a avenida principal com comércios, praças, bancos, shoppings, bares, restaurantes, diversos atrativos turísticos, entre outros; II - Setor Norte: formado por quadras comerciais, residenciais e industriais; III - Setor Sul: assim como o setor norte, conta com vários estabelecimentos residenciais e comerciais; IV - Setor de Chácaras; V - Setor de Mansões de Taguatinga; e VI - Setor M Norte. Mapa a seguir na **Figura 10**:

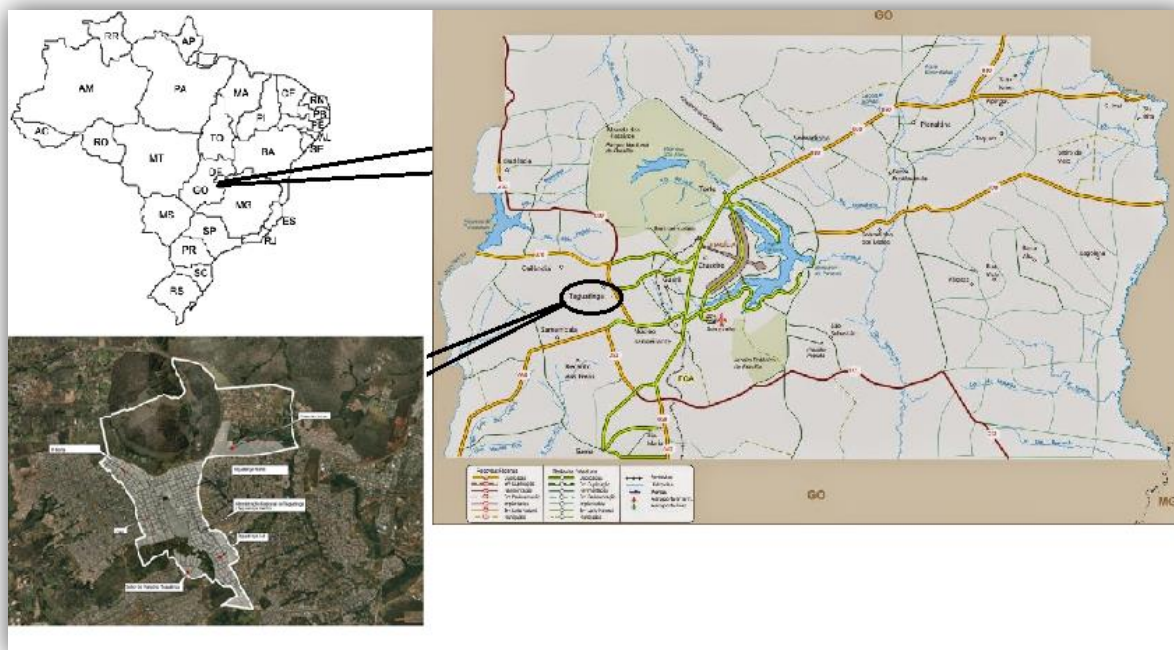


Figura 9: Mapa do Brasil

Fonte: própria autora, a partir do PDAD, 2016.

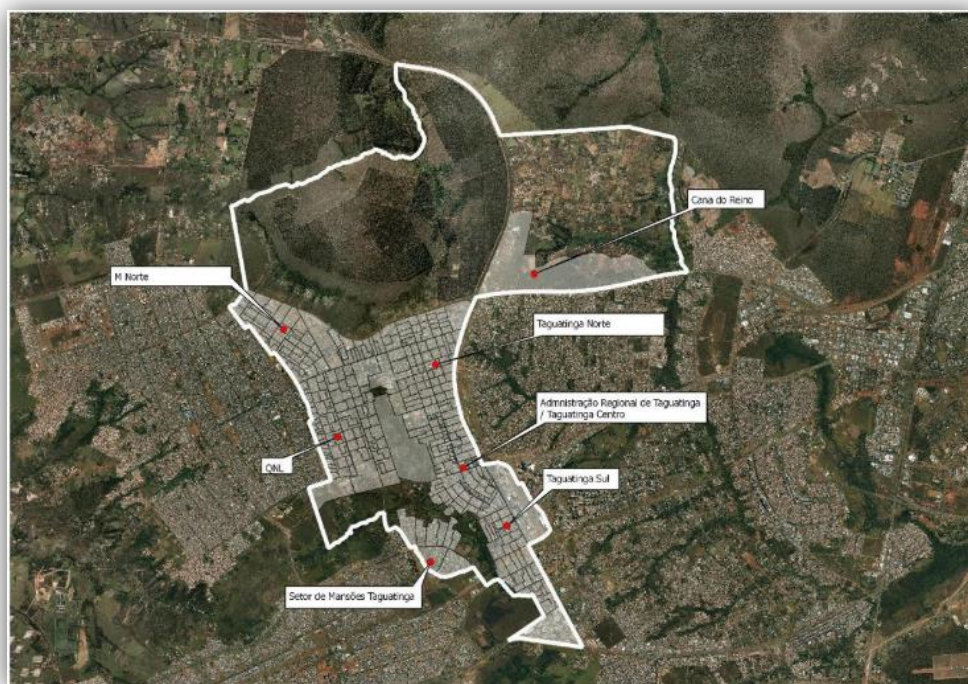


Figura 10: Mapa de Taguatinga

Fonte: Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílio - Taguatinga (PDAD, 2016)

Atualmente, Taguatinga conta com uma população urbana de, aproximadamente, 222.598 habitantes, sendo a maioria dos moradores do sexo feminino, segundo PDAD de 2016. Pode ser visto no **Quadro 6** a seguir.

GÊNERO	NÚMERO DE HABITANTES	%
Masculino	102.845	46,20
Feminino	119.753	53,80
TOTAL	222.598	100,00

Quadro 6: Número de habitantes de Taguatinga

Fonte: própria autora, a partir da Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílio - Taguatinga (PDAD, 2016)

Dos moradores de Taguatinga, menos da metade é nascido no Distrito Federal. A grande maioria é imigrante de outros Estados do país. Grande parte da população é do Nordeste e do Sudeste (PDAD, 2016). Desse total de habitantes pouco mais de 106.236 está na faixa etária de 25 a 59 anos de idade, maior concentração de pessoas ativas no mercado de trabalho. Até o ano de 2016, Taguatinga tinha cerca de 50.911 moradores com mais de 60 anos.

Quanto à renda dos moradores de Taguatinga, o setor que mais se destacou em relação a ocupações remuneradas foi o comércio, seguido de serviços gerais e depois de serviços pessoais. Ver **Tabela 2** a seguir.

Tabela 2: População ocupada segundo o setor de atividade remunerada

Setor de Atividade Remunerada	Nº	%
Agropecuária	465	0,49
Construção Civil	1.812	1,90
Indústria	0	0,00
Comércio	26.988	28,34
Empresa Pública Federal	4.645	4,88
Empresa Pública Distrital	7.339	7,70
Administração Pública Federal	2.601	2,73
Administração Pública Distrital	7.293	7,65
Transporte e armazenagem	1.533	1,61
Comunicação e informação	2.090	2,19
Educação	4.088	4,29
Saúde	2.880	3,02
Serviços domésticos	2.416	2,54
Serviços pessoais	13.843	14,53
Serviços creditícios e financeiros	1.394	1,46
Serviços imobiliários	232	0,24
Serviços gerais	15.376	16,14
Administração Pública de Goiás	279	0,29
Não sabe	0	0,00
Total	95.274	100,00

Fonte: Codeplan - PDAD – Taguatinga, 2016.

No aspecto sociocultural, 5% dos moradores participam de associações e sindicatos e 0,13% participam de cooperativas, dentre essas associações e cooperativas está o artesanato.

Taguatinga possui inúmeros espaços culturais, desde casas noturnas, feiras típicas ou temáticas, até movimentos populares organizados. Exemplo da cultura está no evento "Semana de Arte e Cultura de Taguatinga", que acontece desde 1983. A região abre espaço para artistas e viabiliza trocas culturais, além de outros locais como Mercado Sul.

2.4.1. Mercado Sul

O Mercado Sul foi o primeiro ponto de comércio do Distrito Federal, na década de 50. Inicialmente, era um espaço importante para artesãos e feirantes, mas com a chegada dos comércios industriais e supermercados nos anos 70, quase todos os artesãos faliram.

A falência levou muitos a abandonarem os espaços, se tornando um lugar aberto para casas de prostituição e marginalização. Todavia, mesmo com todos os problemas no lugar, a vida boêmia permanecia presente na região, o que contribuiu com a ocupação cultural. Por haver muitos bares próximos, poetas e músicos da época se apresentavam no local.

A partir da década de 90, antigos moradores fabricantes de instrumentos musicais voltaram a morar no espaço, revitalizaram o beco, e trouxeram a arte novamente. O aluguel de todas as lojas que haviam sido ocupadas era pago pelo grupo, mas com a revitalização e a chegada de artistas, cada vez mais no espaço, os proprietários aumentaram consideravelmente o valor do aluguel, tornando inviável economicamente aos grupos se manterem no local.

Em 2015, os mesmos grupos resolveram retomar o espaço novamente. Porém, sem pagar aluguel das lojas, com a justificativa do Estatuto das Cidades, que afirma que se a propriedade particular não cumpre com a sua função, pode ser desapropriada.

Hoje em dia, grupos coletivos de trabalho desenvolvem diversos projetos culturais, vendas de produtos artesanais, apresentações artísticas, e várias outras ações no Mercado Sul. É um espaço que vive totalmente voltado à economia solidária. A fonte de renda se dá, principalmente, com a Ecofeira e com a Ecoloja, abertas aos sábados para venda de produtos sustentáveis. **Figura 11.**



Figura 11: Mercado Sul

Fonte: própria autora, 2017.

2.4.2. Bordadeiras de Taguatinga Flor do Ipê

A Associação de Bordadeiras de Taguatinga “Flor do Ipê” é composta por 20 associadas, todas possuidoras de carteirinha do artesão. Criada em 2001, por mulheres que buscavam aperfeiçoar suas técnicas de bordado, fica localizada em Taguatinga Sul, na Galeria do Edifício Concorde. A Associação⁴ é presidida pela Sra. Glauceimária da Silva, que se dedica em tempo integral às tarefas ligadas à administração do grupo.

As artesãs fizeram parceria com SEBRAE-DF para melhor explorar e diversificar os produtos, além de buscar novos temas para os trabalhos. As associadas se reúnem semanalmente no centro da cidade para produção das peças. As mesmas contam com a ajuda dos familiares na confecção e no atendimento ao público, representado tanto por compradores de origem nacional quanto internacional.

As bordadeiras têm como técnica principal o "bordado da vovó". São várias formas de bordar o tecido, técnica ensinada por mães e avós dessas mesmas mulheres, e aperfeiçoado em cursos profissionalizantes.

Os produtos representam, basicamente, a beleza da natureza. As peças têm bordados de galhos, o meneio da flor, o olho do pássaro multicor, ipês, entre outros. Os principais produtos ofertados são: almofadas; jogos de mesa e cama; toalhas e guardanapos. Ver Figura 12.

⁴ É digno de nota que a referida associação se encontrava inativa no momento de realização desta pesquisa.




Figura 12:Produtos artesanais

Fonte: Bordadeiras Flor do Ipê, 2017.

2.4.3. Loja Brasília Criativa

Brasília Criativa é o nome da loja de artesanato localizada no Shopping *Liberty Mall* – na Asa Norte. O espaço é uma parceria entre a SETUL e o shopping, que funciona desde março de 2016, onde reúne peças artesanais e histórias de diversos artesãos. A loja é renovada a cada três meses, ou seja, grupos de artesãos são selecionados por meio de edital para compor o quadro durante o período de três meses, dando oportunidade para que outros aprendam como administrar um micronegócio. Atualmente, a loja conta com 14 artesãos de diferentes associações (**Quadro 7**), tendo o SEBRAE como parceiro e capacitador frequentemente dos mesmos.

Associação / Representante	Peça Artesanal
Flor do Cerrado / Roze	

<p>Brincando com Linhas / Fátima Lima</p>	
<p>Guainumbi / Sandro Barata</p>	
<p>Cleonice Renascença / Cleonice</p>	
<p>Alan Monteiro- artista plástico, artesão e ilustrador / Alan Monteiro</p>	
<p>Anna's Dolls / Anna</p>	
<p>Artcrochê / Lucia Ferreira</p>	
<p>Cynthia Amigurumi / Cynthia</p>	

Caliandra / Marilene Rodrigues	
Antonio Augusto / Antonio Augusto	
JW Móveis Rústicos / José Wilson	
Nivea Pimenta / Nivea Pimenta	
Joiar / Sandra Lima	
Lúcia Cruz / Lúcia Cruz	

Quadro 7: Associações que compõem a loja “Brasília Criativa”

Fonte: própria autora, 2017.

A loja é administrada pelos próprios artesãos, que fazem revezamento entre eles para as vendas dos produtos, ou seja, durante a semana ficam na loja dois artesãos no turno matutino e dois no turno vespertino, durante duas vezes por semana, fazendo com que haja tempo para confecção das peças. As peças artesanais são vendidas para brasilienses, exportadas para Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais.

Parte dos associados é de outras regiões administrativas, dentre elas, a Associação “Bordando com Linhas” e a Associação “Flor do Cerrado”, que têm sedes em Taguatinga DF, e que foram os ganhadores do prêmio “TOP 100 de artesanato”, pelo SEBRAE.

CAPÍTULO 3 – METODOLOGIA

No presente Capítulo são apresentadas todas as etapas percorridas para realização deste estudo, direcionadas sob uma abordagem de pesquisa de caráter qualitativo, entendida como aquela que é definida à medida que o estudo se desenvolve, com a obtenção de dados descritivos pelo contato direto com o lugar e com as pessoas, não se utilizando de instrumentos estatísticos na análise dos dados (GODOY, 1995).

A pesquisa de campo se deu a partir da elaboração de roteiros de entrevistas, seguidos por uma linha semiestruturada, na qual a ideia principal foi propiciar contato formal, de maneira que o entrevistado tivesse abertura e liberdade na apresentação de seus relatos, com foco no atendimento do objetivo geral da pesquisa.

Os atores definidos para contribuir com esta pesquisa, a partir da realização de entrevistas, foram: representante da Secretaria de Estado de Esporte, Turismo e Lazer, representantes das associações que compõem a loja “Brasília criativa” e representante do SEBRAE. As Associações que compõem a loja “Brasília Criativa” foram escolhidas como potenciais entrevistados devido a quatro fatores principais: I - facilidade de acesso a informações e localidade; II - produção massiva de peças de artesanato e; III - pela união de 14 representantes de diferentes associações.

Por fim, os arranjos metodológicos seguiram por três etapas distintas, definidas previamente com vistas ao planejamento e realização adequada do estudo: “pré-campo”, “campo” e “pós-campo”.

3.1. Pré-campo

Primeiramente, realizou-se o levantamento bibliográfico e documental, com a finalidade de construir a discussão teórica e a contextualização do *loco* de estudo. Nesta etapa da pesquisa, a construção da base teórica se deu por materiais de cunho secundário, na busca por autores renomados que tratem dos temas centrais, tais como “economia solidária”, “turismo”, “artesanato” e “comércio justo, ético e solidário”.

Os principais autores utilizados foram Singer (2006), Pochmann (2002), Filho e Laville (2004), Moesch (2002), Fonteles (2004), Giannotti (1976), Barreto (2008), Coriolano (2009), França (2002), Costa (2013), dentre outros. Além de autores específicos de cada temática, foram realizadas buscas de informações junto aos sites

oficiais do Ministério do Turismo, Governo do Brasil e Secretaria Nacional de Economia Solidária, por meio de notícias, publicações, artigos e cartilhas.

Já na contextualização do recorte territorial, tratou-se, em específico, de dois espaços: Distrito Federal e Taguatinga. Tais espaços foram escolhidos pensando-se que o DF, como um todo, compõe a área de concentração tanto das manifestações culturais populares, quanto do dinamismo turístico regional. No caso do recorte da RA III (Taguatinga), este foi definido a partir dos seguintes aspectos: (1) pelo considerável crescimento populacional e econômico, em comparação as demais regiões administrativas; (2) por conter inúmeros espaços culturais, dentre eles, o Mercado Sul, um espaço de extrema importância para manifestações culturais; (3) por haver movimentos populares organizados, como associações centradas no artesanato, como por exemplo as Bordadeiras de Taguatinga (associação atualmente inativa) e; (4) pelos eventos culturais como a “Semana de Arte Cultural” de Taguatinga.

Na contextualização supracitada foram apresentadas, dentre outras coisas, aspectos demográficos, socioeconômicos, socioculturais e índices de desenvolvimento humano. Foram utilizados dados oficiais a partir de documentos de cunho secundário, dentre outros, sites oficiais como Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Sistema Firjan e Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal (IFDM), Observatório de Turismo, artigos e cartilhas.

Em relação aos atrativos turísticos da cidade, tipologias, perfil do artesão e associações artesanais, a busca foi feita nos sites oficiais das cidades, nas cartilhas e demais publicações, tais como: Perfil do Artesão (2015), Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios – Taguatinga PDAD (2016), e Diagnóstico - Setor de Artesanato do DF (2015), dentre outros documentos.

Além das pesquisas documentais, foram feitas duas incursões preliminares pela pesquisadora:

- 1 - Ida ao Mercado Sul, no dia 30 de setembro, para reconhecimento e ambientação;
- 2 - Visita a Feira da Torre de TV, no dia para 24 de outubro.

No dia 24 de outubro foram elaborados três roteiros de entrevistas semiestruturadas, dois deles voltados para os gestores públicos (Apêndice 1 e 2), e o

outro roteiro para ser aplicado junto ao representante da Associação de Artesãos (Apêndice 3).

Os instrumentos de pesquisas tiveram como temas principais o “turismo” e o “artesanato”, com o intuito de reconhecer a visão de cada um dos atores acerca dos temas e das problemáticas correlatas, buscando entender se o turismo contribui ou não com grupos de artesanato locais.

Posteriormente, foram realizados contatos telefônicos com os representantes de cada grupo de atores definidos. É digno de nota que apesar dos números de contato serem de fácil acesso, houve grande dificuldade para efetivar o contato com a representante da Secretaria de Estado de Esporte, Turismo e Lazer e com a Presidente da Associação “Brincando com Linhas”. Já o contato com a representante do SEBRAE foi rápido e fácil, e a entrevista foi feita na mesma semana.

Por fim, preparou-se o material de auxílio para as entrevistas e para suporte à coleta de dados. Foram utilizadas canetas, pranchetas, folhas de papel A4, máquina fotográfica e gravador de voz.

3.2. Campo

A primeira entrevista foi realizada no dia 27 de outubro, com a representante do SEBRAE, Karina Monteiro, analista e gestora do projeto de artesãos. No local de realização da entrevista pôde-se ter contado com peças artesanais feitas por artesãos do DF e estavam ali expostas (Figura 13).



Figura 13: Peças artesanais fixados no SEBRAE.

Fonte: própria autora, 2017.

A segunda entrevista foi realizada no dia 06 de outubro, com quatro representantes de associações de artesanato no mesmo espaço, ao mesmo tempo. Primeiro com a Sra. Fátima, Presidenta da Associação “Bordando com Linhas” e ganhadora do prêmio “TOP 100 de artesanato” - pelo SEBRAE. A segunda foi com a Sra. Roze, representante da “Flor do Cerrado”, e também ganhadora do mesmo prêmio. Terceira entrevistada foi a Sra. Sandra Lima, aluna da escola de convivência na Casa do Ceará, e representante da “Jojar”. E, por último, o Sr. Antonio Augusto, do “Atelier e Jóias”. Além da entrevista semiestruturada, a Sra. Sandra relatou a história de cada produto, assim como todo o processo de confecção das peças artesanais até o momento da venda.

Por fim, a terceira e última entrevista foi realizada no dia 17 de novembro, com a representante do Setor de Artesanato da Secretaria de Estado de Esporte, Turismo e Lazer, Sra. Carolina Palhares, Diretora de Informação e Difusão da Unidade de Gestão do Artesanato. A seguir, o **Quadro 8** com os dados dos entrevistados.

ENTREVISTADOS	INSTITUIÇÃO	CARGO	DATA
Karina Monteiro	SEBRAE	Gestora do projeto de Artesãs	27/10
Fátima	Bordando com Linhas	Artesã	06/11
Roze	Flor do Cerrado	Artesã	06/11
Sandra	Jojar	Artesã	06/11
Antonio Augusto	Loja Brasília Criativa	Artesão	06/11
Carolina Palhares	Secretaria de Estado de Esporte, Turismo e Lazer	Diretora de Informação e Difusão da Unidade de Gestão do Artesanato	17/11

Quadro 8: Entrevistas realizadas, 2017

Fonte: própria autora, 2017.

3.3. Pós-Campo

Após a realização das entrevistas, as informações coletadas foram transcritas a partir das gravações, resumidas e tabuladas. O tratamento dos dados se deu pelo método de análise por categorias, que permitiram a sistematização dos relatos de cada entrevistado para análise da recorrência ou contraposição de argumentos, ou mesmo desconhecimento, por parte dos entrevistados.

A presente pesquisa possui o caráter qualitativo, de modo que os preceitos e crenças da pesquisadora não influenciam o trabalho (GOLDENBERG, 1997). Vale ressaltar a importância dos valores simbólicos dos dados coletados e não a

quantificação, pois nesse tipo de pesquisa existem diferentes abordagens. Em suma, o objetivo da pesquisa qualitativa é a busca de novas informações, mesmo que mínimas, a partir da realidade estudada. As principais características desse tipo de pesquisa é a descrição das ações, observância do fenômeno estudado, busca pelos resultados mais verdadeiros possíveis e respeito a esses resultados. (GERHARDT e SILVEIRA, 2009).

Por fim, as respostas foram analisadas qualitativamente e comparadas entre si. A análise do conteúdo é essencial nas pesquisas, visto que é um meio para tentar responder as questões problemáticas iniciais, além de interpretar questões posteriormente identificadas (QUIVY & CAMPENHOUDT, 1995). Os dados obtidos foram utilizados na análise e reflexão crítica dos resultados.

CAPÍTULO 4- ANÁLISE DOS RESULTADOS

O quarto Capítulo apresenta a análise dos resultados coletados a partir das entrevistas semiestruturadas realizadas em campo. As informações foram tabuladas e sistematizadas em categoria de análise.

O tratamento dos dados se deu por cinco categorias de análise, apresentadas por quadros, nos quais os entrevistados foram codificados por letras. A gestora do SEBRAE foi identificada pela letra “A”, os artesãos pela letra “B”, e a gestora da Secretaria de Estado de Esporte, Turismo e Lazer pela letra “C” (**Quadro 9**).

Entrevistados	Instituição
“A”	SEBRAE
“B”	Associações de Artesanato
“C”	SETUL

Quadro 9: Categoria de entrevistas

Fonte: própria autora, 2017.

A primeira categoria de análise trata das ações promovidas pelo poder público e privado voltadas ao artesanato. A segunda categoria trata do aspecto socioeconômico quanto à renda dos artesãos. Já a terceira categoria apresenta as principais dificuldades enfrentadas pelos artesãos e pelos gestores. Na quarta categoria são apresentados relatos quanto ao desenvolvimento do artesanato no mercado. E, por fim, a quinta e última categoria trata da comercialização dos produtos artesanais.

4.1. Ações promovidas pelo poder público e privado

O primeiro questionamento foi em relação às ações promovidas pelo setor público e pelo SEBRAE (entidade privada sem fins lucrativos) voltadas ao suporte e desenvolvimento do artesanato no DF, tais como projetos direcionados, eventos, capacitações ou outros, além da busca por informações quanto aos projetos em andamento (**Quadro 10**).

Ações promovidas pelo setor público e privado	A	B	C
Diversos projetos para artesãos	x	x	x
Apoio a feiras e eventos	x	x	x
Curso de capacitação	x	x	x
Carteira do artesão	x	x	x

Quadro 10: Ações promovidas pelo poder público.

Fonte: própria autora, 2017.

Todos os entrevistados afirmaram que diversas ações são promovidas ou apoiadas pelo setor público e privado, direcionadas ao artesanato. A entrevistada “A” trouxe o exemplo do Projeto “Brasil Original”, realizado pelo SEBRAE, onde o principal objetivo é o aumento da capacidade produtiva e das vendas, por meio da elaboração de catálogos promocionais, dentre outras coisas. Os entrevistados “B” e “C” citaram, também, a existência da parceria da Secretaria de Estado de Esporte, Turismo e Lazer com o Shopping *Liberty Mall*, onde há um espaço cedido para artesãos terem a oportunidade de administrar o próprio negócio.

Complementando essa questão, a entrevistada “C” ressaltou a grande importância que a SETUL dá às pesquisas relacionadas ao artesanato no DF. Assim como a iniciativa capitaneada pelos mesmos quanto à criação do Conselho do Artesanato do DF, responsável pela discussão, proposição, acompanhamento e avaliação das políticas públicas para o desenvolvimento do artesanato no DF.

Em relação ao apoio às feiras e demais eventos na área de artesanato, todos os entrevistados concordaram que existe notória contribuição do poder público. O apoio se dá em feiras, mostras, exposições, eventos temporários e outras formas, visando a divulgação e a valorização da produção artesanal do DF, em âmbito nacional e internacional. O SEBRAE, por exemplo, ajuda com 70% no atendimento aos custos dos gastos de artesãos participantes em feiras fora do DF.

Os entrevistados também comentaram sobre os cursos de capacitação promovidos localmente, tanto pelo SEBRAE quanto pela SETUL, como pode ser percebido na fala da entrevistada “C”:

Está em andamento o processo chamado de chamamento público para organizações da sociedade civil, para a seleção de quatro propostas de qualificação de artesãos, para serem implementados em 2018. (Entrevistada C)

Por fim, uma das principais ações promovidas pelo setor público, citada por todos os entrevistados e evidenciada nos levantamentos bibliográficos, é a de viabilização da carteira do artesão. A entrevistada “C” trouxe em sua fala a importância da carteira, pois o cadastramento ajuda tanto na identificação, contagem do número de artesãos e diferenciação de trabalho manual e artesanato, quanto na seguridade de benefícios para os mesmos. É constatado que, em média, são emitidas, por mês, 64 novas carteiras de artesão e 72 renovações (ENTREVISTA C).

4.2. Aspecto socioeconômico

O segundo questionamento foi se o turismo tem influenciado efetivamente no aspecto socioeconômico, principalmente em relação à qualidade de vida de grupos de artesãos do DF (Quadro 11).

Aspecto Socioeconômico	A	B	C
Turismo tem contribuído	x	x	x

Quadro 11: Aspecto socioeconômico

Fonte: própria autora, 2017.

Quando questionados em relação ao aspecto socioeconômico, todos os entrevistados concordaram que o turismo contribui, de forma considerável, com o artesanato local, principalmente por ser uma atividade que possui expressão cultural e representação histórica da comunidade.

O artesanato não é somente o produto, tem toda a história por trás. O turista quer conhecer a história daquele produto que ele leva (...) com isso cada vez mais a gente pode estar levando a questão cultural de Brasília para outros lugares. (ENTREVISTADO B)

Apesar da entrevistada “A” relatar não ter muito conhecimento nesse âmbito do turismo, ela reconhece que a atividade turística ajuda os artesãos a comercializarem os produtos, principalmente as peças iconográficas⁵ de Brasília.

(...) A gente trabalha muito com iconografia, fazer com que eles trabalhem nos produtos o símbolo de Brasília, pois a partir do momento que o turista chega à cidade e compra esse produto, nós ficamos conhecidos em outras cidades também. (ENTREVISTADA A)

Assim como a fala da entrevistada anterior, o entrevistado “B” ressaltou a importância do turismo para o artesanato, por meio da ampliação da renda. O Programa do Artesanato está dentro da Secretaria de Estado de Esporte, Turismo e Lazer, o que

⁵ Iconografia é a representação visual de símbolos e imagens, sem levar em conta o valor estético que possam ter. (Dicionário online de português, 2017)

facilita a mostra das peças artesanais, além da loja “Brasília Criativa”, que ajuda no incentivo a criação de produtos que expressem referência cultural de Brasília e do cerrado.

A entrevistada “C” concorda que o turismo contribui com o artesanato do DF. Ressalta ainda que houve avanços, principalmente, após o Programa Distrital do Artesanato ser transferido da Secretaria de Trabalho para a Secretaria de Estado de Esporte, Turismo e Lazer, pois os espaços de comercialização foram ampliados em feiras e em eventos com ampla participação de turistas.

4.3. Dificuldades enfrentadas pelos artesãos

O terceiro questionamento levou em consideração as principais dificuldades enfrentadas pelos grupos de artesãos locais, identificadas, a partir do ponto de vista dos próprios artesãos, e do ponto de vista dos gestores da SETUL e do SEBRAE. **Quadro 12.**

Dificuldades	A	B	C
Ausência de estrutura para trabalhar e para realizar as vendas		x	x
Horário inadequados para cursos de capacitação e qualificação	x		

Quadro 12: Dificuldades enfrentadas pelos artesãos

Fonte: própria autora, 2017.

O Diagnóstico do artesanato do DF, realizado em 2005 pelo SEBRAE, mostrou que os maiores problemas enfrentados pelos artesões, naquela época, eram quanto a questão da falta de infraestrutura adequada de trabalho e de comercialização. Durante a entrevista com os representantes das associações de artesãos e com a representante da SETUL, a primeira dificuldade ressaltada foi quanto à falta de estrutura adequada para produzir e comercializar as peças de artesanato. Os entrevistados “B” e “C” concordam que não há muitos espaços disponíveis para confecção das peças. Muitos produzem na própria residência, sem infraestrutura. No que tange a comercialização, por mais que exista apoio para mostras das peças em eventos e em feiras, não existem lugares fixos e em diferentes espaços, para a venda, além da Torre de TV.

A gente precisa de espaço para trabalhar, porque muitas vezes a gente leva qualidade de vida pras pessoas, mostrando nosso trabalho e nossa cultura e

muitas vezes estamos numa estrutura de trabalho que compromete nossa qualidade de vida dentro das nossas casas. (ENTREVISTADO B)

A entrevistada “A” relatou que a maior dificuldade que eles (SEBRAE) enfrentam é com os horários para capacitar os artesãos. Pelo fato do trabalho ser manual, e não ter produção em escala, os horários que os artesãos deveriam estar sendo capacitados, preferem ocupar para produzirem. Pois, se não há produção, não há vendas, logo, a questão financeira fica comprometida. Os dados coletados do Diagnóstico do Artesanato no DF, mostraram que uma das maiores dificuldades enfrentadas pelos artesãos era a falta de capital de giro.

Por ser um trabalho puramente manual, eles produzem pouco. Além disso, fazem todo o processo, muitas vezes não tem tempo para estar numa sala de aula aprendendo, pois estariam perdendo dinheiro, digamos assim. (ENTREVISTADA A)

Já o entrevistado “B” discorda em partes quanto a questão do horário, ressaltado. Segundo ele, por mais que os artesãos precisem daquele tempo para produzir, eles entendem que melhoraram bastante suas produções, no decorrer do tempo, com as capacitações, e que o horário não é uma dificuldade. As capacitações, segundo ele, são sim de grande ajuda.

Por fim, tanto a entrevistada “A” quanto a entrevistada “C” concordam que há dificuldades entre eles próprios, SETUL e SEBRAE, para diferenciar o trabalho manual do artesanato, no momento do cadastramento.

4.4. Desenvolvimento do artesanato

O quarto questionamento foi em relação ao processo de desenvolvimento do artesanato do DF, buscando reconhecer, na opinião dos entrevistados, o que falta para essa atividade se desenvolver e ter maior competitividade no mercado local e regional (Quadro 13).

Desenvolvimento do artesanato	A	B	C
Falta inovação	x		
Falta de boa gestão dos negócios	x		
Exportar		x	
Espaço físico para produção e venda fixa		x	x
Falta qualidade		x	x
Segundo idioma		x	

Quadro 13: Desenvolvimento do artesanato no DF

Fonte: própria autora, 2017.

Foram identificados diversos fatores que ainda são tratados como empecilhos no processo de desenvolvimento do artesanato no DF, segundo os entrevistados. O primeiro empecilho, citado pela entrevistada “A”, foi a falta de inovação, não na questão do bordado, mas sim no tipo de produto, ou com outras técnicas.

Na minha opinião, falta inovação para competir no mercado (...) artesanato sempre está ligado à tradição, mas mesmo da forma tradicional, familiar e cultural deles é necessário que eles estejam sempre inovando seus produtos para se destacar no mercado. (ENTREVISTADA “A”)

A entrevistada “A” relatou, também, que a falta de conhecimento sobre gestão dos negócios afeta o desenvolvimento da atividade. Afirmou que, pela dificuldade de tempo do artesão em realizar cursos de capacitação, eles tendem a ter dificuldades estruturais quanto à gestão dos negócios. Discordando desse ponto, o entrevistado “B” afirmou que, apesar das dificuldades, os artesãos têm sim noção de gestão, tanto que conquistaram mercados promissores e fidelizaram muitos clientes. De toda forma, ressaltou que ainda falta exportar produtos para o exterior, para que essa fidelização se torne ainda mais completa.

Assim como a falta de espaço de produção e de comercialização dos produtos é uma grande dificuldade para os artesãos, torna-se também um fator que atrapalha o desenvolvimento da atividade no processo de competição no mercado, questão levantada pelos entrevistados “B” e “C”. A maior queixa, durante as entrevistas, foi a falta de um centro de referência do artesanato. Segundo eles, por mais que exista a Torre de TV, esse espaço único não é suficiente.

Nosso sonho é ter um centro de referência no Parque JK, que a feira da torre volte a ser referência do artesanato, até porque, se o cliente conhecer o trabalho, ele vai dar mais valor. Além disso, que houvesse uma cota direcionada para o artesanato (ENTREVISTADA “B”).

Outra questão recorrente, levantada pela entrevistada “C”, foi quanto à qualidade dos produtos. Para ter a carteirinha do artesão, e participar de mostras em feiras e demais eventos, faz-se necessário que haja uma boa qualidade da peça. Concordando com a fala dela, o entrevistado “B” reflete que ainda hoje não há tantos produtos bons para que muitos artesãos participem de feiras, mas que ainda assim é um desejo de todos.

Muitos artesãos solicitam o cadastramento, mas os produtos não possuem a qualidade necessária para competir no mercado, ou participar em feiras. A gente sabe que eles são capazes, mas ainda não chegaram lá. (ENTREVISTADA “C”).

A gente sabe que existem muitos artesãos bons, com ótimos produtos capazes de ir vender lá fora, mas também reconhecemos que nem todos estão preparados, nem todos possuem boa qualidade. (ENTREVISTADO “B”).

Por fim, o entrevistado “B” foi o único que levantou a questão da falta de domínio de um segundo idioma pelos artesãos, para tratarem diretamente com os clientes estrangeiros, podendo haver uma maior competitividade no mercado.

4.5. Comercialização dos produtos artesanais

A última questão tratada foi em relação à forma de comercialização dos produtos artesanais, buscando entender como todo o processo é realizado, desde a produção até o momento da venda, e se há colaboração entre eles (**Quadro 14**).

Comercialização	A	B	C
Fazem todo o processo (produção e venda)	x	x	x
Comercialização em eventos e feiras	x	x	x
Comércio Justo		x	

Quadro 14: Forma de comercialização

Fonte: própria autora, 2017.

Todos os entrevistados afirmaram que o processo completo é realizado pelos próprios artesãos, desde a junção da matéria prima, passando pela confecção dos produtos, até a venda. Apesar de que alguns representantes dos artesãos relataram que ainda possuem dificuldades nas vendas. Segundo eles, muitos familiares, principalmente, ajudam na comercialização dos produtos.

O entrevistado “B” afirmou, ainda, que há cooperação entre grupos de artesãos. A Loja “Brasília criativa”, por exemplo, funciona com base dos pressupostos da economia solidária. É autogestionária. Eles cooperam uns com os outros, são solidários e igualitários.

Aqui cada um é apaixonado pelo artesanato. Quando chega um cliente na loja todos sabemos explicar a história de cada peça, e de quem fez a peça. Ajudamos uns aos outros, sabemos o quanto é importante a cooperação. (ENTREVISTADO “B”)

Todos os entrevistados também concordaram que os principais locais de comercialização são as feiras e os eventos temporários. De acordo com eles há, claramente, poucos lugares fixos - como a Torre de TV (mesmo sem revitalização) e alguns atrativos turísticos, por exemplo, em frente à Catedral, onde são vendidas as flores do cerrado.

As flores do cerrado são os produtos que as pessoas de fora reconhecem como sendo de Brasília, tem uma saída muito boa nas vendas. (ENTREVISTADA “C”)

A feira da Torre precisa de revitalização, mas é um bom espaço para comercialização. Porém, ainda falta espaços físicos. (ENTREVISTADO “B”)

Por fim, somente o entrevistado “B” trouxe a questão do comércio justo. Segundo ele, apesar de ainda haverem muitos lojistas que retiram o selo de origem dos produtos artesanais, os próprios artesãos buscam trabalhar a política do comércio justo⁶, cujo princípios se baseiam na economia solidária.

Essa loja é muito interessante, porque existe um rodízio entre os artesãos e temos contato com o público. Quanto estou aqui, por exemplo, vendo as peças de todos os outros artesãos (...), eu aprendo a história deles e conto para os clientes, valorizando e respeitando seu trabalho. Sabemos sobre o comércio justo, valorizamos esse tipo de comercio, mas existe muitos que não praticam. (ENTREVISTADO “B”)

⁶ O termo foi utilizado sem direcionamento da autora, o que demonstra relativo conhecimento por parte dos entrevistados sobre o conceito.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo foi realizado e direcionado, a todo momento, para o cumprimento dos objetivos previamente estabelecidos. Durante toda a pesquisa houve algumas limitações/dificuldades em etapas específicas. O primeiro obstáculo foi localizar uma associação que estivesse disposta a fornecer dados históricos e pré-disposição em colaborar com a pesquisa. Inicialmente, o intuito era realizar entrevista com a Associação de Artesanato de Taguatinga, por ser uma das maiores da região e por ter sido a primeira indicação da representante do SEBRAE, porém, após diversas tentativas de contato (via e-mail, telefone e incursões preliminares), não foi obtido êxito. Devido ao prazo da pesquisa, houve a necessidade de entrevistar o segundo grupo de artesãos da loja “Brasília Criativa” (também indicados pela representante do SEBRAE).

A segunda dificuldade foi conseguir efetivar o contato com os representantes da Secretaria de Estado de Esporte, Turismo e Lazer (SETUL) e das associações de artesãos. Logo, houve obstáculos no processo de entrevistas com os gestores, principalmente da SETUL, pois os representantes encontravam-se em período de finalização de projetos e não tinham disponibilidade de tempo hábil para a entrevista.

Na pretensão de atender ao objetivo geral da pesquisa, que consistia em analisar as contribuições do turismo para grupos de artesãos do Distrito Federal, foram estabelecidos três objetivos específicos.

O primeiro objetivo específico constituiu em discutir o aporte teórico sobre os temas centrais da pesquisa, dentre eles economia solidária e turismo. As informações coletadas trouxeram o entendimento do processo histórico-evolutivo da economia solidária no Brasil e no mundo, relacionando as associações de artesãos à importância do turismo.

O levantamento e estudo sobre os pressupostos da economia solidária, que surgiram após a segunda revolução industrial, permitiram identificar como características centrais a solidariedade e a cooperação, a autogestão e a igualdade entre pequenos produtores. Esse modo alternativo ao capitalismo trouxe esperança para atividades econômicas que, com o tempo, foram sendo desvalorizadas. Exemplo disso é o artesanato, conceituado como atividade produtiva que um artesão realiza

manualmente, com habilidades para transformar uma matéria prima em produto acabado com sua arte.

No caso do turismo não foi diferente. Apesar de ser uma atividade que movimenta a economia de comunidades, historicamente houve a necessidade de criação de novos modelos alternativos, pois o modelo convencional de turismo (de massa), que visa somente o lucro sem se preocupar com os impactos negativos resultantes para a localidade, está diretamente ligado ao modo de produção capitalista, gerando diversos problemas no contexto que se instaura.

O turismo de base comunitária, por exemplo, alternativo ao modelo convencional, se baseia nos pressupostos da economia solidária e do comércio justo, ético e solidário. Os impactos decorrentes desse tipo de turismo, alternativo, nos dias atuais, são refletidos diretamente na realidade de grupos excluídos socialmente e economicamente, que se beneficiam de processos baseados nos princípios da solidariedade, da inclusão social, da emancipação e da sustentabilidade.

O segundo objetivo específico consistiu em contextualizar multidimensionalmente a Região do Distrito Federal e, em específico, a Região de Taguatinga, quanto aos aspectos demográficos, socioeconômicos, locais, turísticos, e a relação com o artesanato local.

Notou-se que, apesar do grande crescimento na renda per capita, o Distrito Federal é considerado o território mais desigual do país, pelo grande nível de concentração de renda. Isso é refletido claramente no cenário econômico das pessoas que trabalham por conta própria, pois representam uma pequena parcela nas posições de ocupações. A atividade de artesanato entra nessa categoria.

Por mais que a desigualdade exista no DF, foi percebido que Taguatinga tem crescido demograficamente e economicamente de maneira considerável. Podem ser encontrados nessa região administrativa inúmeros espaços populares, de extrema importância para manifestações culturais, além de eventos culturais e de movimentos populares organizados, como associações de artesanato.

Pôde-se notar, a partir da presente pesquisa, que a atividade turística tem contribuído, direta e indiretamente, com o artesanato. Os eventos e as feiras que atraem muitos visitantes ajudam na venda dos produtos artesanais locais, pois trazem expressão

cultural para a Capital. Como exemplo, os produtos iconográficos (representações de atrativos turísticos de Brasília). Os produtos são valorizados e vendidos não apenas em eventos e em feiras anuais ou semestrais, mas também em feiras permanentes e espaços turísticos (pontos de visitação) que contribuem diretamente com a comercialização das peças.

O terceiro objetivo buscou identificar os principais desafios enfrentados pelos grupos de artesãos no processo de comercialização de seus produtos no turismo. Pôde-se notar que nem todos os artesãos produzem com qualidade mínima atestada para participarem de eventos. Dentre as dificuldades enfrentadas por eles foi ressaltada a questão do horário de oferecimento de cursos de capacitação profissional oferecidos pelo setor público, que sobrepõe o horário de produção. Ademais, a carteira do artesão é uma grande conquista para os artesãos e uma grande ajuda no enfrentamento das dificuldades. Há, ainda, a falta de transparência no entendimento da diferença entre as atividades de artesanato e de trabalho manual entre os próprios artesãos.

Espanta-se o fato do problema mais agravante apresentado no “Diagnóstico - setor de artesanato do DF” (falta de capital de giro com 26%), não aparecer nos relatos dos artesãos entrevistados, todavia, a falta de capital de giro é um problema tangenciado pela ausência da disponibilidade de estoque de produtos. Em consonância, foi ressaltado pelos artesãos entrevistados que justamente a falta de estoque se dá pela inexistência de espaços físicos de produção, armazenamento e vendas de tais produtos, o que leva a crer que há uma relação direta entre a falta de capital de giro e a falta de espaço físico de armazenamento de estoque. Além do desgaste físico causado por essa problemática.

Com respeito ao problema de divulgação apresentado na pesquisa do SEBRAE, pode-se notar a partir das entrevistas com artesãos e gestores que talvez este problema esteja sendo aos poucos mitigados por conta da grande quantidade de eventos ofertados.

Finalmente, o quarto e último objetivo específico consistiu em refletir criticamente sobre as reais contribuições do turismo para os grupos de artesãos locais. Para respondê-lo a presente autora realizou uma série de entrevistas semiestruturadas com gestores e com representantes de grupos de artesãos, para entender melhor a questão.

Notou-se que mesmo com todas as dificuldades enfrentadas pelos artesãos, eles encontraram na economia solidária uma forma de superarem seus obstáculos. O turismo também tem contribuído de forma considerável, quando se trata do aspecto socioeconômico, mesmo que ainda faltem alguns fatores para se desenvolverem a ponto de competir no mercado, como a falta de inovação, a boa gestão dos negócios, espaço físico permanente para produção e venda, qualidade dos produtos e a falta de segundo idioma.

Foi percebido que existem diversas ações promovidas pelo setor público e privado voltados ao apoio e desenvolvimento do artesanato local principalmente quando se trata de eventos, porém, ainda existe uma carência quanto aos locais permanentes para produção e comercialização dessa atividade. Inclusive, este problema foi um dos mais recorrentes nos relatos dos entrevistados, fato também percebido na pesquisa bibliográfica. Identificou-se o relevante apoio do poder público à realização das feiras e dos eventos de artesanato, mas que são, em sua maioria, temporários.

Acredita-se que já houve um grande avanço para o artesanato em Brasília, mas ainda falta maior valorização e suporte ao trabalho dessas indivíduos e grupos de trabalho. O prazer que todos eles têm em demonstrar o amor pela sua história, por meio de peças artesanais, ficou evidente durante toda a pesquisa. Inclusive é tema já reconhecido pela academia, por gestores públicos e por muitos turistas.

Espera-se que este trabalho contribua para a compreensão da temática estudada e que a pesquisa favoreça novas discussões e futuros estudos relacionados às abordagens aqui tratadas.

REFERÊNCIAS

ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DE TAGUATINGA. Governo de Brasília. Disponível em: <www.taguatinga.df.gov.br>. Acesso em 13 set 2017.

AMARAL JUNIOR, J. B. C. O Turismo na periferia do capitalismo: A revelação de um cartão postal. 650 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2008. Disponível em: <www.sapientia.pucsp.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=6761>. Acesso em: 29/11/2017.

ANUÁRIO DO DISTRITO FEDERAL. Regiões Administrativas- Taguatinga. Disponível em: <www.anuariododf.com.br/regioes-administrativas/ra-iii-taguatinga/>. Acesso em 06/09/2017.

ARROYO, João Claudio Tupinambá. Solidariedade & Sucesso. Editora? Ano?

ARTESOL. Artesanato Solidário. Disponível em: <http://artesol.org.br/servicos/>. Acesso em 29 de novembro de 2017.

ASSUNÇÃO, P. de. História do turismo no Brasil entre os séculos XVI e XX: Viagens, espaço e cultura. Barueri: Manole, 2012.

ATLAS DO DESENVOLVIMENTO HUMANO DO BRASIL. Atlas do desenvolvimento humano do brasil. Disponível em: <atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/brasil_df#renda#trabalho>. Acesso em 2 de outubro de 2017.

BARRETO, Margarita. Manual de Iniciação ao estudo do turismo. Editora PAPIRUS EDITORA, 2008.

BORDEDEIRAS DE TAGUATINGA FLOR DO IPÊ. Associação das Bordadeiras de Taguatinga. Disponível em: <www.bordadeirasdetaguatinga.com.br>. Acesso em 18 set 2017.

BURSZTYN, I. Políticas públicas de turismo visando a inclusão social. 110 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio

de Janeiro, 2005. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov/>>. Acesso em: 29/11/2017.

CORIOLOANO, Luzia Neide M.T. Arranjos produtivos Locais do turismo comunitário: Atores e Cenários em mudança. Fortaleza: edUECE, 2009. 312p.

CORIOLOANO, Luzia Neide. Arranjos produtivos locais do turismo comunitário: Atores e cenários em mudança – Fortaleza: Ed UECE, 2009.

CORREIO BRAZILIENSE CIDADES. Notícia sobre concentração de renda do DF. Disponível em: < www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/cidades/2016/12/05/>. Acesso em 2 out 2017.

COSTA, Helena Araújo. Destinos do Turismo- percursos para a sustentabilidade. Editora FGV,2013. 166 p.

CUNHA, Aline Moraes. O artesanato, suas estratégias de comercialização e constituição enquanto produto turístico da agricultura familiar em Pelotas, Pedras Altas e Jaguarão- RS: os casos do ladrilã e das redeiras. Porto Alegre, 2012, 170 f.

DICIONÁRIO ONLINE EM PORTUGUÊS. XXX? Disponível em: Acessado em 18 de novembro de 2017.

Dunod, 1995. P. 243.

FAM. Feira do Artesanato Mundial. Disponível em: <www.fambrasil.com.br/>. Acesso em 26 set 2017.

FEIRA DE ARTESANATO DA TORRE (FAT). Portal da Feira da Torre de TV: O Antigo Espaço. Disponível em: <www.feiradatorredf.com.br>. Acesso em: 18 set 2017.

FEIRA INTERNACIONAL DE NEGÓCIOS DO ARTESANATO- FINNAR. Finnar 11º Feira Internacional do Artesanato. Disponível em: <www.finnar.com.br>. Acesso em 26 set 2017.

FILHO; LAVILLE; MEDEIROS; MAGNEN. Ação pública e economia solidária uma perspectiva internacional. UFRGS Editora, 2004.

FLORES DO CERRADO NAS BANCAS DA CATEDRAL DE BRASÍLIA. Xapuri Socioambiental. Disponível em: <www.xapuri.info>. Acesso em 26 set 2017.

FONTELES, José Osmar. Turismo e impactos socioambientais . São Paulo : Aleph, 2004.

FRATUCCI, A. C. A dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de turismo: As políticas das redes regionais de turismo. 309 f. Tese (Doutorado em Geografia). Departamento de Geografia. Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2008. Disponível em: <http://www.bdt.d.ndc.uff.br/tde_arquivos/26/TDE-2009-05-28T131249Z-2005/Publico/Aginaldo%20Frattucci-Tese.pdf>. Acesso em: 29/11/2017.

GADOTTI, Moacir. Economia Solidária como Práxis Pedagógicas. Editora e Livraria Instituto Paulo Freire, 2009.

GAIZER, Luiz Inácio; Grupo ECOSOL. A economia solidária no Brasil - uma análise de dados nacionais. Editora? Ano?

GERHARDT, Tatiana Engel e SILVEIRA, Denise Tolfo. Métodos de pesquisa. Coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. 120 f.

GILBERTO SALOMÃO. Gilberto Salomão. Disponível em: <gilbertosalomao.com.br>. Acesso em 27 set 2017.

GOLDENBERG, M. A arte de pesquisar. Rio de Janeiro: Record, 1997.

INDICADORES DE DADOS BASICOS - IDB. Indicadores Socioeconômicos. Disponível em: <tabnet.datasus.gov.br/cgi/idb2011/b09capc.htm>. Acesso em 2 de outubro de 2017.

INFOESCOLA. Info escola navegando e aprendendo. Disponível em: <www.infoescola.com/artes/fuxico-artesanato/>. Acesso em 29/11/2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATISTICA. IBGE. Disponível em:

<cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=530010&idtema=107&search=distrito-federal|brasilia|censo-demografico-2010:-resultados-da-amostra-trabalho>.

Acesso em: 2 de outubro de 2017.

IRVING, Marta de Azevedo; RODRIGUES, Camila G.O.; RABINOVICI, Andrea; COSTA, Helena Araújo. Turismo, áreas protegidas e inclusão social: diálogos entre saberes e fazeres. Ed. Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagens. 2015. 292p.

KRIPPENDORF, Jost. Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. P. 175. Campinas, SP: Papirus, 1995.

MERCADO SUL. Ocupação cultural mercado sul vive, beco da cultura de portas abertas. Disponível em: <www.mercadosul.org>. Acesso 20 set 2017.

MOECH, Marutschka Martini. A produção do saber turístico. Marutschka Martini Moesch. 2 ed. – São Paulo: Contexto, 2002.

PRONI, Marcelo Weishaupt. História do capitalismo: uma visão panorâmica. Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Campinas, 1997.

QUIVY, R.; CAMPENHOUDT, L. V. Manuel de recherche en sciences sociales. Paris:

REVISTA ARTESANATO. Revista artesanato. Disponível em: <<http://www.revistaartesanato.com.br/o-que-e-e-como-fazer-a-decoupage-ou-decoupage>>. Acesso em 29/11/2017.

SALÃO DO ARTESANATO. 10º Salão do Artesanato. Disponível em: <www.salaodoartesanato.com.br>. Acesso em 27 set 2017.

SINGER, Paul. Introdução à economia solidária. Editora Fundação Perseu Abramo. 2006.

SINGER, Paul. Senaes – Uma experiência brasileira de política de economia solidária. In: Ação pública e economia solidária: uma perspectiva internacional/ Organizado por Genauto Carvalho de França Filho, Jean-Louis Laville, Alzira Medeiros e Jean-Phillippe Magnen. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2006.

SISTEMA FIRJAN. Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal. Disponível em: <www.firjan.com.br/ifdm/consulta-ao-indice/ifdm-indice-firjan-de-desenvolvimento-municipal-resultado.htm?UF=DF&IdCidade=530010&Indicador=1&Ano=2013>. Acesso em 2 de outubro de 2017.

SPOSITO, Maria Encarnação B. Repensando a geografia - capitalismo e urbanização. Geografia contexto, 1988.

VALLS, J.-F. Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

APÊNDICES

Roteiro de entrevistas semiestruturadas

Apêndice 1: Entrevista com representante de artesanato do SEBRAE

Dados pessoais:

- 1- Nome:
- 2- Função no Órgão e tempo de Função:

Dados Específicos

1. Quais as principais ações promovidas pelo SEBRAE voltadas a valorização do artesão no DF?
2. O turismo tem contribuído com a melhoria da qualidade de vida de grupos de artesãos do DF? Se sim, como? Se não, por qual motivo?
3. Quais são as principais dificuldades enfrentadas pelos grupos de artesãos no DF?
4. Na sua opinião, o que falta para o artesanato do DF se desenvolver e ter maior competitividade no mercado local e Regional?

Apêndice 2- Entrevista com representante de artesanato da SETUL

Dados pessoais:

- 1- Nome:
- 2- Função no Órgão e tempo de Função:

Dados Específicos

- 3- Quais as principais ações promovidas pela SETUL voltadas a valorização do artesão no DF?
- 4- O turismo tem contribuído com a melhoria da qualidade de vida de grupos de artesãos do DF? Se sim, como? Se não, por qual motivo?
- 5- Quais são as principais dificuldades enfrentadas pelos grupos de artesãos no DF?
- 6- Na sua opinião, o que falta para o artesanato do DF se desenvolver e ter maior competitividade no mercado local e Regional?

Apêndice 3- Entrevista artesãos

Dados pessoais:

- 1- Nome:
- 2- Qual associação:

Dados Específicos

1. O turismo tem contribuído com a melhoria da qualidade de vida de grupos de artesãos do DF? Se sim, como? Se não, por qual motivo?
2. Quais são as principais dificuldades enfrentadas pelos grupos de artesãos no DF?
3. Na sua opinião, o que falta para o artesanato do DF se desenvolver e ter maior competitividade no mercado local e Regional?
4. Como é o processo de comercialização do artesanato?
5. Gosta de trabalhar com artesanato?